

PERIODO  
PRESIDENCIAL  
002570  
ARCHIVO

**INFORME DE ANALISIS**

**(AL 29 DE NOVIEMBRE DE 1991)**

**MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE LA PRESIDENCIA**

**A. INFORME POLITICO: La estrategia de confrontación controlada, las elecciones municipales y el papel del Gobierno.**

De acuerdo a lo expuesto en el informe pasado, la mejor línea de acción para el Gobierno a partir de 1992 es una estrategia de **confrontación controlada** que, respondiendo a las necesidades electorales y a los compromisos programáticos gubernamentales, a la vez permita mantener un clima de racionalidad que sea funcional a la eficacia y eficiencia gubernamentales.

Según se señaló en ese informe, una cuestión crucial en esa estrategia es el comportamiento de los partidos de la Concertación durante 1992 y los estilos que ellos impriman a sus campañas. Es necesario evitar que los partidos izquierdices su accionar electoral, que eviten el populismo, que desarrollen principalmente estrategias positivas que subrayen los logros gubernamentales y que no se distancien del Gobierno en sus campañas.

El presente informe aborda el problema de los rasgos generales de las líneas operativas necesarias para alcanzar los objetivos recién indicados.

**1. Requisitos del accionar gubernamental respecto de los partidos en el ámbito de las elecciones municipales**

El conjunto de líneas operativas que se desplieguen para alcanzar los objetivos perseguidos tendrían que sujetarse a los siguientes requisitos:

a) Radicar en el Gobierno, en virtud del principio del suprapartidismo, la función de marcar los estilos, establecer el tono general de la campaña, orientar las opciones, y sustraer ciertos temas de Estado del debate electoral;

b) Deben ser operaciones concebidas de manera tal que no neutralicen ni anulen a los partidos de la Concertación, en definitiva los protagonistas primordiales de la última fase propiamente electoral del proceso;

c) Contrariamente, las operaciones hay que concebirlas buscando sincronizar a los partidos con los puntos de vista del Gobierno, respetando la autonomía de estos últimos;

d) La línea de operaciones tiene que dejar espacio para que se exprese la pluralidad propia de la alianza, ya que es precisamente en virtud de ella que podemos apelar a un amplio y diverso espectro social;

e) No obstante, hay que buscar fórmulas para articular dicha pluralidad, de modo que se constituya en un factor constructivo en el marco de la política de **confrontación controlada**.

## **2. Periodización pertinente al desarrollo de las operaciones y sus posibles contenidos**

Los próximos siete meses pueden dividirse en tres fases o períodos:

- 1) El período de pre-campaña que va de diciembre a febrero;
- 2) Un segundo período de pre-campaña que se extiende desde marzo a mayo;
- 3) El período de campaña propiamente tal a partir de mayo.

A nuestro juicio, el accionar del Gobierno tendría que ser diferente en estos tres períodos.

- a) **El perfil del Gobierno debe ser mayor y alcanzar su máxima intensidad en el período de pre-campaña.**

Hay a lo menos dos razones que avalan esta conclusión.

Primero, es durante este período, particularmente durante la fase que va de diciembre a febrero, cuando el Gobierno dispone de mayores grados de libertad para canalizar y en un cierto sentido "rayar la cancha" en términos de la actividad político-electoral que sobrevendrá posteriormente. En efecto, los partidos se encuentran abocados a dos temas, que les absorbe todas sus energías: la negociación de la fórmula electoral y la definición de las nóminas de candidatos. Esta preocupación es lo suficientemente absorbente como para permitir que la iniciativa la tenga el Gobierno.

Segundo, es la etapa en que el Gobierno puede actuar también con mayor libertad, sin abrir flancos a acusaciones de intervención electoral. A medida que el período de campaña se acerque, la oposición procurará interpretar y denunciar toda acción gubernamental como intervención, lo que obliga a concentrar esfuerzos en las dos primeras fases y a guardar un especial cuidado en la última fase.

La etapa de diciembre a febrero podría ser aprovechada para:

\* Coordinar a las agencias y servicios del Gobierno que tendrán mayor participación en nuestra estrategia, dado el carácter local de las elecciones. Por ejemplo, Mideplán, la División de Comunicación y Cultura de la SGGOB, la Dirección de Organizaciones Civiles de la SGGOB, la División de Relaciones Políticas e Institucionales de la SEGPRES, la División de Coordinación Interministerial de la SEGPRES, etc. Puede incluso pensarse en incorporar a este trabajo a algunas de las ONG que nos son afines. Obviamente, sería necesario identificar alguna agencia coordinadora de todo este esfuerzo.

\* Impulsar encuentros entre Gobierno y partidos, parlamentarios y candidatos de la Concertación a todo lo largo del país. La experiencia de las reuniones realizadas en Santiago entre el Presidente y sus colaboradores, y entre el Presidente y los jefes de partidos y bancadas de la Concertación, indica que estos encuentros tienen la virtud de restablecer o restaurar lazos y "complicidades" tanto entre Gobierno y Concertación, como al interior de cada uno de ellos.

\* Lo anterior ayudaría también a cohesionar a los mandos medios. Como es obvio, un papel decisivo recaerá en Intendentes y Gobernadores no sólo porque ellos trasladarán la voz del Presidente y del gobierno central a sus regiones, sino también porque tendrán que velar para que los estamentos medios e inferiores de la estructura gubernamental eviten los riesgos de intervencionismo.

\* Incrementar la producción de materiales y documentos que reflejen las políticas implementadas por el Gobierno y sus logros, así como la información que permita desarrollar en cada comuna campañas electorales positivas más que negativas.

**b) La presencia del Presidente, en cuanto distinta de la del Gobierno, debería tener mayor peso en la etapa que va de marzo a mayo.**

Esa etapa estará marcada por dos fechas críticas: el 11 de marzo y el 21 de mayo. Tenemos que considerar que no hay mejor actor en nuestras filas para colocar temas en el debate público que el Presidente, pero también que ello se debe a la altura y contenido que le ha sabido dar a la función presidencial. De aquí que sea aconsejable que el Gobierno como tal rebaje su perfil en esta fase

- c) Tanto el Gobierno como el Presidente dejarían espacio para que los partidos pasen a ocupar el plano de la confrontación durante el período de la campaña.

Es evidente que los partidos deben tener también presencia en las etapas previas; de lo que se trata es que los énfasis sean distintos. En este sentido, es aconsejable no perder la rutina establecida tras el encuentro del Presidente con los jefes de partidos y bancadas de la Concertación, sobre todo durante los meses de verano.

En cada una de las etapas mencionadas parece conveniente asumir una clara iniciativa en cada una de las siguientes áreas: cultural, social, económica y política (distinguiendo entre reformas institucionales y reforma administrativa del Estado).

Ahora bien, es claro que no en todas las áreas esa iniciativa puede tener el mismo perfil y carácter. Podemos ser mucho más confrontacionales en los temas relativos a la cultura que en los que atañen a la economía. En el ámbito económico quizás debiéramos limitarnos a exhibir nuestros logros y a mostrar como ellos benefician al país en su conjunto, renunciando a toda capitalización de carácter más partidista. Otro tanto sería aconsejable en el ámbito social, en la medida en que la superación de la pobreza debe ser una tarea que concite el esfuerzo de todos.

El ámbito político es, en cambio, más matizado: hay temas que debemos plantear al debate público de modo tal que promovamos consenso y hay temas por los cuales debemos jugarlos con fuerza. Ello dependerá de las posibilidades de concreción que le asignemos a cada uno, del valor que le demos y del costo que pueda tener el plantearlo de una u otra manera.

También es necesario tener presente que poseemos la ventaja, sobre la oposición, de poder repartirnos las funciones a desempeñar en cada área entre dos entidades: Gobierno y Concertación. Esto nos da una flexibilidad que debemos saber aprovechar, combinando las acciones y esfuerzos de cada cual. Así, el Gobierno puede observar una actitud menos confrontacional que los partidos en algunas áreas, coincidir con ellos en un planteamiento mesurado y prudente en otras, o asumir en conjunto un discurso más decidido y firme en temas específicos.

### 3. Comunicaciones y líderes de opinión

Finalmente, la estrategia que esbozamos supone cumplir otros tres requisitos: primero, que el esfuerzo no sea meramente cupular; segundo, que sea concordante con la línea de la política general definida para el campo de las comunicaciones; tercero, que los contenidos con los que nos proyectemos sean positivos.

El programa de "contacto con la gente" que se ha diseñado para el mes de diciembre proporciona una buena prueba de la necesidad de que altos funcionarios del Gobierno acudan a la "sociedad civil" con el objeto de escuchar las demandas sociales en forma directa y de acercar las instancias del Ejecutivo a nuestra propia base social.

Ese tipo de programa, sin embargo, podría ser complementado con otro que apunte a detectar un número significativo de líderes de opinión "naturales" del mundo de la Concertación para coordinar con ellos un trabajo que asegure una interlocución más permanente y una transmisión más efectiva de las opciones adoptadas por el Gobierno.

Una "vocería" social de esta naturaleza podría ser también complementaria de la que algunos de nuestros ministerios asumen oficialmente y útil para darle mayor presencia informativa a la acción del Gobierno en las áreas más sensibles para la gente. Habría que imaginar algún diseño orgánico en que esta iniciativa pueda plasmarse: un organigrama posible debiera contemplar, quizás, un Comité creativo cuya función sea la de recomendar medidas, proponer soluciones y orientar la actividad de nuestros líderes de opinión.

Pueden pensarse otras iniciativas que apunten en una perspectiva similar. En esta línea, tal vez podría explorarse la elaboración y producción de cartillas que demuestren, comuna por comuna, por qué con el Gobierno democrático ha ganado la gente.

## B. ANALISIS ECONOMICO

Al finalizar el mes de noviembre, todas las señales indican que 1991 será un año de buen desempeño para la economía chilena. El pesimismo que sectores de derecha trataron de generar -con algún grado de éxito- en los agentes económicos durante 1991, se ha visto refutado por las cifras de actividad económica y precios, que están llegando a los valores pronosticados por el gobierno a principios de año. La llegada del verano, con su habitual repunte en los sectores de agricultura y comercio -lo cual se traduce en mayor empleo y menor inflación-, auguran unos meses de expectativas muy favorables en lo económico y de aumento en la popularidad del gobierno.

Las cifras oficiales sobre inflación hasta noviembre y sobre empleo, remuneraciones y actividad económica hasta octubre serán publicadas la próxima semana, lo cual permitirá un análisis más detallado de los diez primeros meses del año. Sin embargo, lo más probable es que el IPC experimente un alza de 1% o menos, con lo cual la inflación acumulada durante 1991 llegaría a sólo 17,3% mientras llega a 17,9% la variación acumulada en los últimos doce meses. Adicionalmente, el "IPC de los pobres" probablemente experimente una variación inferior a 1% dado que los alimentos (el componente más importante en dicha canasta) experimentarán una variación cercana a 0,8%.

El empleo, asimismo, debería seguir experimentado fuertes alzas, como en los dos últimos meses, especialmente en los sectores de agricultura, comercio e industria. La evolución de la tasa de desempleo dependerá del crecimiento que experimente la fuerza de trabajo, que también se ha expandido significativamente en los meses anteriores.

Las cifras de actividad siguen reflejando el proceso de reactivación. Durante el tercer trimestre, la economía chilena experimentó una expansión de 5,9%, acumulando un 4,7% de crecimiento en los primeros nueve meses del año. Esta cifra permite prácticamente asegurar un crecimiento superior al 5% durante el año. A nivel sectorial, destaca el sector comercio que ha experimentado una expansión de 6,7% en los primeros nueve meses del año. En los diez primeros meses del año, las ventas reales de supermercados crecieron un 10,7% con respecto a igual período de 1990. El comercio detallista informó que en Octubre de 1991 sus ventas reales crecieron 12,01% con respecto a igual mes de 1990. Por último, la Cámara Nacional de Comercio pronosticó un crecimiento de 6,3% para su sector en 1992.

Las expectativas favorables -respaldadas fuertemente por las cifras- han sido validadas por el Director Gerente del FMI, Michel Camdessus, quien aseveró que la economía de Chile tiene una excelente imagen en el exterior.

La mayor confianza que se observa en la economía repercutió favorablemente sobre los índices de precios accionarios, aunque la tendencia alcista se ha detenido transitoriamente porque algunos grandes compradores han desviado recursos hacia el sistema financiero para aprovechar una tasa de interés que bajará en los próximos diez días, al conocerse el IPC. Asimismo, el alza que experimentó el dólar en los últimos días también ha atraído parte de los capitales especuladores que podrían haberse ido al mercado bursátil. En todo caso, la tendencia a la baja en los precios accionarios durante los últimos días es transitoria y no responde a un problema de confianza.

A pesar de que el panorama se presenta como muy favorable (o quizás aprovechando tal coyuntura), hay algunos temas que no deben descuidarse. El acuerdo que se manifestó en ENADE respecto de la necesidad de conciliar las políticas monetaria, fiscal y cambiaria en el actual contexto de abundancia de divisas es un hecho que no puede pasar inadvertido. Cualquiera sea el camino que se adopte, sería bueno comunicarlo expresamente para evitar algún asomo de incertidumbre.

El desafío de alcanzar el ahorro fiscal señalado en el presupuesto (3,2% del PGB) debe ser abordado con decisión, lo cual significa austeridad en los gastos y eficiencia en la aplicación de los programas. Adicionalmente, la promoción de un sector exportador capaz de incorporar mayor valor a sus productos es una tarea clave en la perspectiva de seguir creciendo con un fuerte impacto exportador (sector que crece en 1991 a 10% mientras el resto crece a 5%), pero con recursos naturales limitados y un mercado internacional que el próximo año se expandirá a tasas muy modestas.