

El potencial de crecimiento de Chile

De acuerdo con datos del Banco Central, entre 2013 y 2023 el Producto Interno Bruto (PIB) ha crecido solo un 19,9% en términos reales. Es una cifra muy baja para un período tan extendido, lo que da cuenta de las dificultades del país para retomar una senda de crecimiento vigoroso. Por cierto, independientemente de la cifra final para 2024, que debe conocerse durante las próximas semanas, un crecimiento en torno a 2% no hace más que confirmar nuestro estancamiento.

Para comprender la debilidad de nuestra economía, es necesario detenerse en la evolución de los distintos agregados macroeconómicos que están tras el PIB. En términos prácticos, el producto de un país puede ser descompuesto como la suma del consumo de los hogares, el consumo (gasto) del Estado, la inversión y las exportaciones netas (exportaciones menos importaciones). La expansión o contracción de cada una de estas partidas afecta el crecimiento de nuestra economía.

En el caso de Chile, el análisis de las tendencias en cada uno de los componentes del PIB ilustra con particular claridad las raíces de nuestra década de estancamiento. En esta línea, un primer fenómeno interesante es un crecimiento del consumo total por sobre el del producto. Específicamente, este agregado macroeconómico creció un 30,9% entre 2013 y 2023, 11 puntos porcentuales por sobre la expansión del PIB. La principal fuerza tras esta dinámica no fue el consumo de los hogares, sino que el acelerado crecimiento del tamaño del gobierno: en el mismo período su consumo creció un 52,3%. Esto explica que mientras dicha partida de gasto (el consumo del Estado) representaba el 13,1% del PIB en 2013, en 2023 alcanzó el 16,6%. Lo anterior valida la visión de distintos expertos que han planteado que parte importante de los desequilibrios fiscales obedecen a la prolongada incapacidad de la clase política por asumir la nueva realidad económica del país.

Un segundo elemento que merece atención es la evolución de la inversión. En las cuentas nacionales esta se reporta bajo la Formación Bruta de Capital (FBC) que incluye la For-

mación Bruta de Capital Fijo (FBCF, mide la inversión en activos fijos) y la variación de existencias. Entre 2013 y 2023, la FBC muestra una increíble variación de -0,7%, demostrando las continuas dificultades del país para potenciar el motor de crecimiento de largo plazo de la economía. El resultado no es particularmente distinto cuando se excluye la variación de existencias. La FBCF creció en el mismo período solo un 7,2%, pasando de representar el 26,6% del PIB en 2013 a 23,8% en 2023.

Similar frustración arroja el estudio de la dinámica de exportaciones netas. Mientras las exportaciones cayeron un 2,1% durante el período considerado, las importaciones aumentaron un 7,9%. Así, uno de los pilares del éxito del modelo de crecimiento de Chile (las exportaciones) parece también haberse afectado.

Estamos frente, entonces, a un problema complejo y profundo que será elemento esencial del debate propio de la campaña presidencial que se avecina. En este con-

texto, será clave identificar las posibles fuentes de expansión del producto.

Con un mercado laboral más rígido a raíz de las equivocadas decisiones de políticas (40 horas, salario mínimo, entre otras), será difícil esperar un mayor dinamismo del consumo de los hogares. Por otra parte, la política fiscal ha tocado techo y Chile verá inexorablemente un ajuste en el gasto del Estado durante los próximos años. Por lo tanto, ese tipo de gasto no podrá activar la economía. En materia de exportaciones, el cambio en el escenario internacional sugiere mayores trabas en el posicionamiento de nuevos productos.

Así, la única opción factible parece ser el potenciar inversiones locales y atraer inversiones externas. Es de esperar que este sea uno de los focos principales de los próximos meses ante la elección presidencial que se avecina. La necesidad de ofrecer un mejor ambiente de negocios, dar certezas jurídicas, revisar nuestro sistema impositivo, cortar la burocracia y promover alianzas público-privadas deben ser los ejes de cualquier campaña.

La única opción factible parece ser el potenciar inversiones locales y atraer inversiones externas.