

Gobernabilidad y Comunicación Institucional: La Experiencia del Banco de México

IX Reunión de Comunicación y Banca Central

Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos
México, D.F. 10 de noviembre de 2004

Pedro Garza López
pgarzal@banxico.org.mx

1

Índice

- I Bases de Gobernabilidad en el Banco de México**
- II La Política de Comunicación Institucional en el Banco de México
- III Acciones de Comunicación en el Banco de México
- IV Retos de Comunicación en el Banco de México
- V Conclusiones

2



Introducción

- La importancia que tiene plantear y desarrollar un esquema apropiado de Gobernabilidad es crucial para un banco central moderno.
- Ello, debido a la necesidad que tienen nuestras instituciones de prevenir los riesgos asociados a nuestras funciones primordiales.
- Dentro de este espectro, la comunicación juega un papel crucial.
- Ello, debido a que una política adecuada de comunicación le permitirá a un banco central que el público lo considere más transparente.
- Lo anterior incide directamente sobre la credibilidad; activo invaluable para un banco central de nuestros días.

3

Bases de Gobernabilidad en el Banco de México

- La nueva Ley del Banco de México, que entró en vigor el 1 de abril de 1994, le concedió autonomía en el ejercicio de sus funciones y en su administración.
- El artículo 47 fracción VI señala al Gobernador como el vocero del Banco de México, pudiendo delegar dicha función a los miembros de la Junta de Gobierno.
- La fracción VII faculta al Gobernador para establecer Consejos Regionales.
- El artículo 48 señala que los Consejos Regionales tendrán únicamente funciones de consulta, así como de obtención y difusión de información de carácter general en materia económica y, particularmente, financiera.

4



Bases de Gobernabilidad en el Banco de México

- Por su parte, el artículo 51 señala que el Banco debe de enviar al Ejecutivo Federal y al Congreso de la Unión y, en los recesos de éste último, a su Comisión Permanente, lo siguiente:
- En enero de cada año, una exposición sobre la política monetaria a seguir por la Institución en el ejercicio respectivo, así como un informe sobre el presupuesto de gasto corriente e inversión física de la Institución, correspondiente a dicho ejercicio;
- En septiembre de cada año, un informe sobre la ejecución de la política monetaria durante el primer semestre del ejercicio de que se trate, y

5

Bases de Gobernabilidad en el Banco de México

- En abril de cada año, un informe sobre la ejecución de la política monetaria durante el segundo semestre del ejercicio inmediato anterior y, en general, sobre las actividades del Banco en el conjunto de dicho ejercicio, en el contexto de la situación económica nacional e internacional.
- Además, la Junta de Gobierno del Banco decidió ampliar dicho ordenamiento, por lo que adicionalmente publicamos un informe trimestral de inflación y semanalmente damos a conocer el estado de cuenta de la Institución.

6



Índice

- I Bases de Gobernabilidad en el Banco de México
- II La Política de Comunicación Institucional en el Banco de México**
- III Acciones de Comunicación en el Banco de México
- IV Retos de Comunicación en el Banco de México
- V Conclusiones

7

La Política de Comunicación Institucional en el Banco de México (Antes de 1994)

- En esa época, la política de comunicación del Banco de México era muy sencilla.
- ¿Por qué?
- Por que simplemente no existía. Era reactiva.
- El Banco, como muchos bancos centrales de esa época, no consideraba que la comunicación institucional fuera importante para alcanzar su objetivo primordial.
- El Banco publicaba sólo el informe anual y el Mexican Economy, que era una versión más depurada de la versión en Español ya que contenía información actualizada. Además, daba a conocer el monto de reservas internacionales dos veces al año.
- Se tenía relación con la prensa, pero no se le daba la importancia que ahora tiene.

8



La Política de Comunicación Institucional en el Banco de México (Después de 1994)

- A partir de que se le concede la autonomía al Banco, la Junta de Gobierno establece una política de comunicación institucional muy clara: toda la información del Banco de México que no comprometa la estabilidad de los mercados financieros es pública.
- Lo anterior hace que la apertura de la información por parte del Banco sea lo más amplia posible. Ello, debido al interés de la Junta de Gobierno de que el mercado cuente con la información necesaria para evaluar el accionar de la Institución.
- Además, el Banco decide adoptar un régimen de objetivos explícitos de inflación. Uno de los ejes de dicho régimen es el acceso puntual del mercado a la información publicada por el Banco.
- Como parte de la anterior se decidió la publicación de los informes trimestrales de inflación.

9

La Política de Comunicación Institucional en el Banco de México (Después de 1994)

- Además, la política de comunicación institucional del Banco se preocupó por desarrollar la comunicación interna mediante la creación del Intranet.
- A través de dicha página, la administración del Banco de a conocer a todos los empleados: normas, eventos, temas relevantes, etc.
- La página está organizada de tal manera que permite al usuario consultar “Herramientas de Banca Central” y “Herramientas Operativas”.
- La parte de “Herramientas de Banca Central” concentra toda la información relevante para que un empleado del Banco pueda realizar su trabajo sin la necesidad de llamar a la persona que genera la información.
- La de “Herramientas Operativas” sirve para que la administración del Banco de a conocer normas, circulares, servicios institucionales. En fin, toda aquella información que si bien es relevante no es indispensable para cumplir con las funciones primordiales del Banco.

10



Índice

- I Bases de Gobernabilidad en el Banco de México
- II La Política de Comunicación Institucional en el Banco de México
- III Acciones de Comunicación en el Banco de México**
- IV Retos de Comunicación en el Banco de México
- V Conclusiones

11

Acciones de Comunicación en el Banco de México

- Además de las publicaciones que hace el Banco por mandato, se publican:
 - ◆ Trabajos de investigación.
 - ◆ Discursos de los miembros de la Junta de Gobierno.
 - ◆ Presentaciones de los miembros de la Junta de Gobierno.
 - ◆ Ponencias de los diferentes seminarios que ha organizado el Instituto.
 - ◆ Se estableció un calendario de decisiones de política monetaria. Dicho calendario establece dos reuniones mensuales a excepción del mes de diciembre. En la primera reunión no se emite un comunicado de prensa a menos que haya decisión de política; en la segunda sí hay boletín independientemente de la decisión.

12



Acciones de Comunicación en el Banco de México

- Además, el Banco imparte:
 - Cursos a “Públicos Objetivo” (Universidades, periodistas, analistas de mercado).
 - Conferencias permanentes a instituciones de educación media superior.
- El Banco creó la Unidad de Enlace por mandato de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública y Gubernamental.
- Está desarrollando el Proyecto Educativo y Cultural Betlemitas.

13

Acciones de Comunicación en el Banco de México

- Sin duda una herramienta fundamental para que un banco central cumpla con su tarea de comunicar a la mayor parte de la población es a través de la página de Internet.
- La página de Internet del Banco ha sido catalogada como una de las mejores en su tipo.
- El usuario puede encontrar de manera sencilla información relacionada con las funciones básicas del Banco, el organigrama, la ficha curricular de los tres primeros niveles de funcionarios e información estadística de las principales variables económicas.
- Dado que las exigencias tecnológicas son constantes, y que el volumen y naturaleza de su contenido han crecido de manera desproporcionada, se ha tomado la decisión de modificar la página de Internet.

14

Acciones de Comunicación en el Banco de México

- En la nueva página de Internet se buscará proporcionar de manera más eficiente, organizada y amigable la información relativa a las tareas del Banco.
- La nueva estructura de la página será bi-dimensional. Por un lado estará basada en las cuatro principales funciones del Banco y por otro en los tipos de información que provee.
- La nueva página permitirá navegar por audiencias específicas (portales especializados), lo cual enfocará la información por áreas de interés.

15

Índice

- I Bases de Gobernabilidad en el Banco de México
- II La Política de Comunicación Institucional en el Banco de México
- III Acciones de Comunicación en el Banco de México
- IV Retos de Comunicación en el Banco de México**
- V Conclusiones

16



Retos de Comunicación en el Banco de México

- Varios analistas han planteado que el Banco de México debe ampliar sus acciones de comunicación en varios sentidos. Ello representa un reto para la Institución sujeto a evaluación y estudio.
 - La publicación de las minutas de las reuniones del Comité de Política Económica.
 - El establecimiento de un Código de Ética.
 - La transcripción de los discursos de los miembros de la Junta de Gobierno.
 - Capacitación de los miembros de la Junta de Gobierno para tratar con la prensa.
 - La transmisión, a través de la página de Internet, de las principales conferencias que el Gobernador dicta en el Banco.

17

Índice

- I Bases de Gobernabilidad en el Banco de México
- II La Política de Comunicación Institucional en el Banco de México
- III Acciones de Comunicación en el Banco de México
- IV Retos de Comunicación en el Banco de México
- V Conclusiones

18

Conclusiones

- Podemos concluir que la política de comunicación institucional del Banco de México ha estado basada en los siguientes principios congruentes con la transparencia:
 - ◆ Ser justos e imparciales al dar a conocer información sensible al mercado.
 - ◆ Honestos en la forma de explicar al público las decisiones de política.
 - ◆ Tratar de incrementar el conocimiento público acerca de la forma en que funciona la política monetaria y cuál es el papel del Banco.

19

Gobernabilidad y Comunicación Institucional: La Experiencia del Banco de México

IX Reunión de Comunicación y Banca Central

Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos
México, D.F. 10 de noviembre de 2004

Pedro Garza López
pgarzal@banxico.org.mx

20