



POLÍTICA MONETARIA,
MERCADOS
Y COMUNICACIÓN

— **Los cuasi mecanismos de transmisión** —

EDUARDO TURRENT DIAZ
Gerente de Relaciones Institucionales
Banco de México

IX Reunión sobre Comunicación en la Banca Central
Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos

México, D. F., del 10 al 12 de noviembre de 2004

1



I. POLÍTICA MONETARIA Y EFICIENCIA

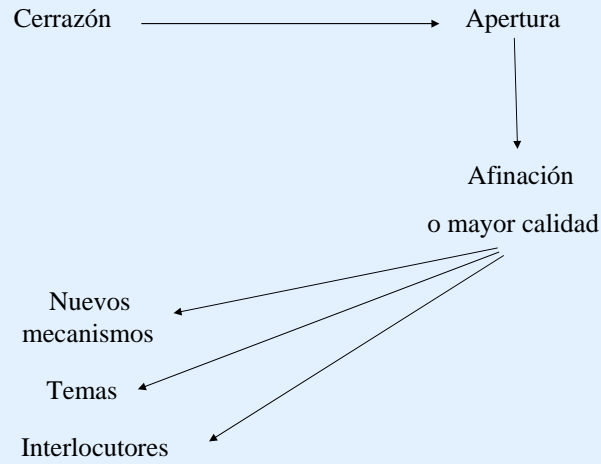
¿Por qué mejorar la comunicación?

- El reto de la eficiencia
- La lucha contra la inflación es permanente
- Evolución de la función de comunicación

2



II. EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN (I)



3



II. EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN (II)

a) **Antes:**

Política Monetaria
(Sustantiva)

Política Comunicacional
(Adjetiva)

b) **Ahora:**

Política Monetaria
(Básica)

Política Comunicacional
(Complementaria)

} Sustantivas

c) **Influencia intelectual:**

Expectativas Racionales:
George Lucas.

4



III. INSTRUMENTOS (I)

- Encaje legal o coeficiente de liquidez

$$M_1 = mB$$

- Operaciones de mercado abierto
- Saldo de las cuentas corrientes de los bancos (“corto o “largo””)
 - Postura
 - Intensidad de la postura
- (E. U., Gran Bretaña, Banco central Europeo) Tasa de interés de redescuento

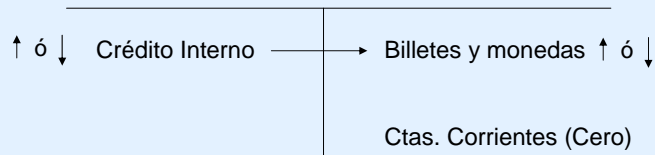
5



III. INSTRUMENTOS (II)

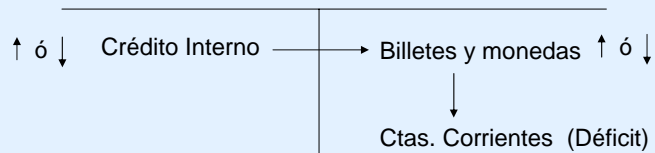
Política “Neutra”

Banco Central



¿Cómo opera el “corto”?

Banco Central



6



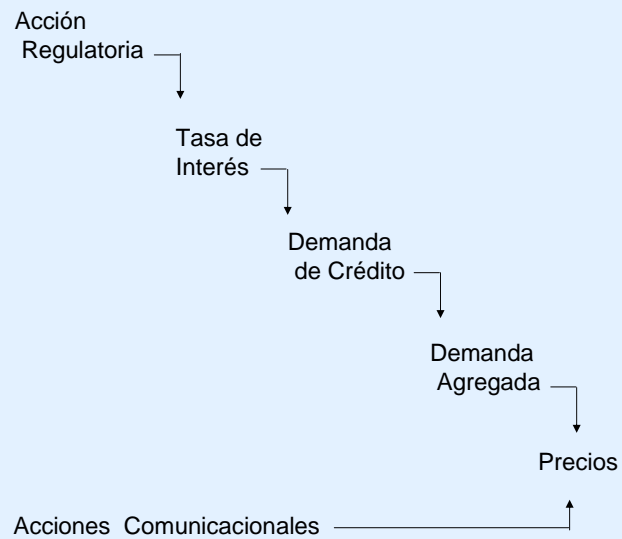
IV. MECANISMOS DE TRANSMISIÓN (I)

- La tasa de interés
- Influencia sobre el tipo de cambio
- Modificación de los precios de algunos activos
- Influencia sobre el crédito

7



IV. MECANISMOS DE TRANSMISIÓN (II)



8



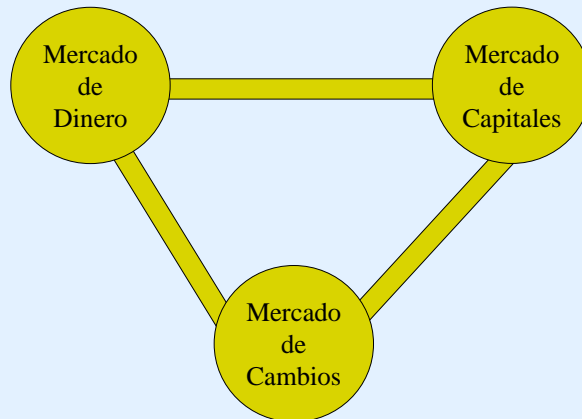
V. MERCADOS (I)

- Mercado de bienes y servicios
- Mercado laboral
- Mercado de divisas
- Mercado de dinero
- Mercado de capitales

9



V.- MERCADOS (II)



- Transmisión eficaz
- Necesidad de la credibilidad

10



VI. ACCIONES COMUNICACIONALES (I)

¿Cómo hacerlas más eficientes?

- Diversidad de instrumentos
 - Constancia
 - Persuasivas
 - Didácticas
 - Selección de interlocutores
- } Credibilidad

11



VI. ACCIONES COMUNICACIONALES (II)

- ¿Instrumentos?
- ¿Mecanismos de transmisión?
- Coadyuvantes

12



VII.- INSTRUMENTOS COMUNICACIONALES (I)

- Intervenciones de funcionarios
 - Presentaciones
 - Discursos
 - Conferencias
 - Entrevistas
 - Otras

- Publicaciones
 - + Tradicionales
 - Informe Anual
 - Boletines de Prensa

13



VII.- INSTRUMENTOS COMUNICACIONALES (II)

- + Transición (De 1994 a 2000)
 - Programa de Política Monetaria (Enero)
 - Informe de Política Monetaria (Octubre)

- + Página Web

- + A partir de la adopción de OI
 - Programa Monetario (Enero)
 - Informe Trimestral de Inflación
 - Calendario de anuncios

14



VIII.- INTERLOCUTORES (I)

- Medios
- Grupos empresariales
- Universidades

15



VIII.- INTERLOCUTORES (II)

- Congreso
- Sindicatos
- Partidos Políticos
- Asociaciones Profesionales
- Otros

16



VIII.- VARIANTES COMUNICACIONALES

- Dimensión Informativa

- Dimensión Declarativa (Entrevistas)

- Dimensión Explicativa

- Avidez Predictiva

17



IX.- OBSTÁCULOS

- Actitud

- Concentración en la oferta

- Tendencia gravitacional

- Prejuicios

18



X.- TEMAS (I)

- ¿Quiénes somos? (Existencia)
- ¿Qué hacemos? (Servicio público)
- ¿Cómo debemos hacerlo? (Misión)
- ¿Por qué es mala la inflación? (Utilidad Social)

19



X.- TEMAS (II)

- Eficiencia de la política monetaria
- Fortalecer la autonomía
- Influencia en la definición de las políticas públicas
- Mayor bienestar social

20



XI. CONCLUSIONES

- Amplitud del reto comunicacional
 - Inflación: lucha permanente
 - Diversidad de interlocutores
 - Diversidad de temas
 - Obstáculos
 - Antagonismos
 - Promoción