

La función primaria del BCV

Lograr la estabilidad de precios, es decir la preservación del valor de la moneda, es la función fundamental que la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y la Ley del Banco Central de Venezuela le señalan al instituto emisor. De allí que el BCV tiene una responsabilidad fundamental en cuanto a mantener un nivel inflacionario adecuado con respecto al desempeño económico del país y, sobre todo, en relación con la búsqueda del mayor bienestar posible para la población.

En economías, como la venezolana, existe un recurso natural, el petróleo, cuya explotación reporta altos ingresos, pero con la particularidad de que su realización, su venta, se concreta en el exterior: fuera de la economía en la que se origina. Hay entonces una suerte de desequilibrio inicial entre los bienes y servicios que produce esa economía para conformar la oferta interna y la cantidad de recursos financieros de los que se dispone en su interior, pues estos últimos –por efectos del ingreso petrolero– tienden siempre a superar a aquellos. Este contexto influye en los resultados de los niveles de inflación, por lo cual se requiere de la aplicación de las políticas adecuadas.

La inflación –incluso en una economía petrolera– y fundamentalmente en el corto plazo, no es sólo un fenómeno de origen monetario. En otras palabras, el comportamiento de los precios no se debe solamente a distorsiones en la relación entre la cantidad de dinero que circula en la economía y la cantidad de bienes disponibles en esa misma economía. En una distinción de los factores que contribuyen a explicar la inflación, podrían mencionarse los siguientes:

A.- Los relativos a lo que los economistas llaman

“economía circulatoria”, es decir, los referidos a la disponibilidad y circulación del dinero y otros medios de pago: liquidez, gasto público, carga tributaria y el crédito.

B.- Los relativos a la “economía real”: producción de bienes y servicios, abastecimiento, productividad, distribución del ingreso, demanda efectiva de consumo e inversión.

Esto quiere decir que la inflación es un fenómeno en el que concurren múltiples causas, sin desestimar la importancia del exceso de liquidez. Por ello, el BCV ha adoptado varias medidas de política monetaria con el propósito de mantener la liquidez en los niveles adecuados y conjurar la presión que ejerce sobre los precios. No se trata únicamente de las operaciones con certificados de depósitos, sino que además se relacionan con las medidas adoptadas en materia de tasas de interés, tarifas y comisiones bancarias, orientadas a favorecer la intermediación crediticia y el ahorro nacional. Todo ello para impulsar un mayor dinamismo y una base más sólida e independiente a la economía en su conjunto.

Al tomar en cuenta las diferentes dimensiones del fenómeno de la inflación se requiere, para su efectivo control, de la participación de otros agentes del Estado, no sólo del Banco Central de Venezuela. En ese sentido, las acciones de política monetaria son del todo necesarias, pero no suficientes por sí mismas. Es imprescindible una comunión de propósitos entre ella y las políticas fiscal y cambiaria, además de una armonía general con el resto de las acciones de política económica que adelanta el Ejecutivo nacional.

La actividad económica en la medición de las actitudes del consumidor¹

SASKIA PORTILLO

ANALISTA ECONÓMICO II
DEPARTAMENTO DE MODELOS ECONÓMICOS (BCV)

¿Pueden las expectativas del consumidor influir en el desempeño económico? ¿Permite el análisis psicológico de la conducta del consumidor predecir o establecer tendencias de la coyuntura económica? ¿Hasta dónde la psicología económica estudia la conducta de los consumidores? Estas son sólo algunas de las interrogantes que se nos plantean cuando surcamos los caminos de la psicología económica.

La economía y la psicología, dos áreas que convergen en esta disciplina, permiten una mayor comprensión del comportamiento del consumidor, que nos conduce a evaluar no sólo las expectativas futuras sino el ámbito global que transfieren las actitudes del consumidor a la actividad económica. Dado que el consumo representa, generalmente, alrededor de las dos terceras partes del gasto total de la economía, la medición de la confianza del consumidor actúa como un indicador del comportamiento de la actividad económica. Por ello, las entrevistas, a partir de encuestas que reflejan las decisiones y acciones de un grupo de consumidores, representan el método más importante que utiliza la psicología económica para sus investigaciones (Katona, 1965).

¿POR QUÉ LAS TEORÍAS DEL CONSUMIDOR?

La importancia del estudio de la conducta del consumidor parte, en primera instancia, de la Teoría General de Keynes, quien en 1936 admitió que el total gastado por la comunidad podía depender no sólo de sus ingresos, sino de otras consideraciones tanto subjetivas como objetivas. Tal aseveración la fundamentó al descubrir la “ley psicológica fundamental”, que mantiene, como regla general y

en promedio, que el individuo estaría dispuesto a aumentar su consumo a medida que aumentara su ingreso, pero no en la misma proporción en que aumenten estos últimos. Ya en la década de los '50, tras la comprobación de esta teoría, surgen nuevas interrogantes en cuanto al comportamiento del consumo; así nos encontramos con Franco Modigliani y Milton Friedman, quienes consideraron otros aspectos relativos al consumo.

La Teoría del Ciclo de la Vida (Modigliani) determinó que si bien el ingreso a lo largo de la vida varía, el consumidor recurrirá a sus ahorros para así distribuir su renta y poder mantener un consumo estable en el transcurso de su vida. Mientras que Friedman, a través de su Teoría del Ingreso Permanente, demostró que el consumo del individuo no sólo depende del ingreso corriente sino también de los ingresos futuros.

A partir de estas teorías, Katona asumió los esfuerzos por medir las expectativas de los consumidores de una manera sistemática y regular. Comenzó en 1940 en el Instituto de Investigaciones de la Universidad de Michigan, donde creó el Índice de Sentimiento del Consumidor (ISC). Katona, bajo la premisa de que los gastos de consumo dependen de “la capacidad y la buena voluntad de comprar”, desarrolló una encuesta que midiera, para el futuro próximo, las prioridades de los hogares estadounidenses en relación con el ahorro y los gastos corrientes. Así, medir la confianza del consumidor no requiere preguntar si la gente realizará gastos básicos, como pagar el alquiler o comprar alimentos, sino más bien indagar sobre cuales gastos pueden “posponerse o adelantarse” (Curtin, 2000).

Aunque Katona subrayaba que las expectativas del consumidor son un factor influyente en las decisiones de ahorro o gasto, una base conceptual más sólida debió esperar a la Teoría del Ciclo de Vida de Modigliani en 1954, cuando incorpora las decisiones del consumo dentro de un horizonte temporal y la Hipótesis de Ingreso Permanente de Friedman en 1957, quien incluyó las variables de incertidumbre y expectativas futuras. De esta manera, se considera que el índice recoge el pesimismo-optimismo de los consumidores, a partir del momento en que los consumidores cambian sus estándares de vida o de su consumo.

¿POR QUÉ LA PSICOLOGÍA ECONÓMICA?

Katona consideró que sus análisis psicológicos estarían dirigidos hacia la comprensión de las decisiones del consumidor, con lo que contribuyó de esta manera al análisis de las fluctuaciones económicas.

Para comprender la psicología económica se debe hacer énfasis en el comportamiento económico y las variables que inciden en él, ya que las decisiones económicas involucran dinero y tiempo para poder obtener los bienes y servicios, que en contrapartida envuelven el ahorro y el gasto. Sin embargo, no es sino hasta mediados de los '70 cuando se evidenció que la medición de la confianza del consumidor permitía hacer el seguimiento de los cambios en las actitudes del consumidor en relación con las mercancías de bienes durables y los niveles de ahorros personales (Mishkin, 1978).

Un caso ilustrativo es el trabajo de McCarty y Attafuah (2003), el cual expone las dificultades para la construcción y uso de un ISC para Ghana. El estudio muestra cómo ciertos rasgos culturales de la

población, especialmente en lo que se refiera a hacer todo tipo de especulaciones sobre el futuro, impiden una aplicación directa de dicha metodología. Además advierte que los investigadores deben ser "muy creativos" al diseñar el marco muestral y adaptar el cuestionario al lenguaje local.

¿NECESITA VENEZUELA UN ÍNDICE DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR?

En el caso particular de Venezuela, algunas encuestas de opinión de encuestadoras privadas recogen este tipo de información; sin embargo, se transforma en una limitante para el estudio del comportamiento de la actividad económica o como indicador de coyuntura, ya que no se posee otro instrumento que permita inferir el análisis económico. Resulta de particular atención el análisis del comportamiento de la actividad económica venezolana, a través de la conducta del consumidor, porque la misma está conformada en un 70% por el componente de consumo, con lo cual se está marginando el poder profundizar su relevancia por la falta de indicadores e instrumentos que nos recojan este tipo de información.

Dado que la conformación del índice de sentimiento del consumidor produce información relevante sobre la influencia que poseen los consumidores sobre las tendencias económicas, se hace necesario desarrollar un estudio del comportamiento de la conducta del consumidor venezolano, así como sus actitudes a enfrentar a partir de la adopción de decisiones de política económica, que nos permitirá obtener información veraz y oportuna en el marco del análisis económico. Estos aspectos psicológicos de la conducta del consumidor serían tratados entonces como un conjunto de indicadores de preferencia adelantada.

REFERENCIAS

- CURTIN, R. (2000).** "PSYCHOLOGY AND MACROECONOMICS: FIFTY YEARS OF THE SURVEYS OF CONSUMERS", Mimeo.
- CURTIN, R. (2002)** "SURVEYS OF CONSUMERS: THEORY, METHODS, AND INTERPRETATION". NABE 44TH ANNUAL MEETING. WASHINGTON, DC.
- CURTIN, R. (2002)** "CONSUMER CONFIDENCE IN THE 21ST CENTURY: CHANGING SOURCES OF ECONOMIC UNCERTAINTY. 26TH CIRET CONFERENCE, TAIPEI.
- HOWREY, P. (2001).** "THE PREDICTIVE POWER OF THE INDEX OF CONSUMER SENTIMENT". BROOKING PAPERS ON ECONOMIC ACTIVITY. 2001, 0, PP. 175-207.
- KATONA, GEORGE (1965).** ANÁLISIS PSICOLÓGICO DEL COMPORTAMIENTO ECONÓMICO. EDICIONES RIALP, S.A. MADRID.
- MISHKIN, F. S. (1978).** "CONSUMER SENTIMENT AND SPENDING ON DURABLE GOODS". BROOKINGS PAPER ON ECONOMIC ACTIVITY. Nº 1, 217-232.
- MCCARTY, C Y J. ATTAUAH (2003),** "CONSUMER CONFIDENCE IN GHANA AND ITS IMPLICATIONS FOR SURVEY-BASED ECONOMIC INDICATORS IN AFRICA", Mimeo.

¹ Este ensayo forma parte de la tesis doctoral de la autora, para el Doctorado en Economía Aplicada, Universidad de Santiago de Compostela.

Elementos de seguridad adicionales del billete de Bs. 50.000

El Banco Central de Venezuela anuncia la puesta en circulación de un billete de 50.000 bolívares, fabricado por la Casa de la Moneda de Venezuela, que introduce variaciones en los elementos de seguridad. Estos billetes no sustituyen a los que ya se encuentran en circulación.

Al Banco Central de Venezuela le corresponde garantizar la disponibilidad necesaria de billetes y monedas en circulación para que todo el público pueda realizar fácil y eficientemente sus transacciones.

De forma permanente, el instituto emisor evalúa la demanda de estos medios de pago requeridos por la economía y, conforme a este análisis y seguimiento, así como al tiempo de vida útil que tienen los billetes y monedas, planifica nuevas emisiones y acuñaciones.

NUEVAS CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

NUEVA RAZÓN SOCIAL

La razón social "República Bolivariana de Venezuela" sustituye el texto "Banco Central de Venezuela".

HILO DE SEGURIDAD MÁS VISIBLE

Este elemento de seguridad aumenta de 2 mm a 2,5 mm y conserva sus principales características: metalizado, aventanillado (entra y sale del papel), fluorescente multicolor bajo la luz ultravioleta y, al

trasluz, se observa como una franja continua en la que se lee el texto "BCV50000".

AUTORIDADES DEL BCV

Se actualizan las firmas del Presidente y el Primer Vicepresidente Gerente del BCV.

MARCA DE AGUA

Se introduce una marca de agua de alto contraste con el texto "50MIL" en negativo y se mantiene la efigie de José María Vargas. Ambos elementos de seguridad son visibles al observar el billete al trasluz.

CAMBIO EN EL ELEMENTO ÓPTICAMENTE VARIABLE

En lugar de dos triángulos superpuestos, ahora es una forma circular de un 1 cm de diámetro, impresa igualmente con tintas especiales, la que varía de color dorado a verde con la incidencia de la luz al inclinar el billete.

SE ELIMINA EL RECUADRO VISIBLE BAJO LUZ ULTRAVIOLETA CON LA CIFRA "50000"

En los anteriores billetes de Bs.50.000, que siguen en circulación, es visible bajo luz ultravioleta la cifra "50000", en un recuadro ubicado entre la efigie de José María Vargas y la marca de agua. En los nuevos billetes fabricados por la CMV no estará presente este elemento de seguridad.

PIE DE IMPRENTA EN EL REVERSO

Se incluye el texto "Casa de la Moneda - Venezuela".

bcv **VOZ**
económico

PRESIDENTE

Gastón Parra Luzardo

PRIMER VICEPRESIDENTE GERENTE

José Ferrer Nava

GERENTE DE COMUNICACIONES

INSTITUCIONALES (E)

Txomin las Heras

GRUPO EDITOR

Luis E. Rivero Medina

Omar Mendoza

Txomin las Heras

Inger Pedreáñez

JEFE DEL DEPARTAMENTO

DE INFORMACIÓN

Txomin las Heras

DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN

Inger Pedreáñez

María F. Marcano

María M. Ramírez S.

Marthi Cardozo

Francisco Vallenilla

Omar Silva

Karina Díaz

CONCEPCIÓN GRÁFICA

Claudia Leal

DIAGRAMACIÓN

Sylvina Gutiérrez Salazar

Jesús Alberto Páez Arvelo

Julio César Rodríguez

CORRECCIÓN

Departamento de Publicaciones

IMPRESIÓN

Carlos Navas Álvarez

Astolfo Pirela Zurita

Héctor Vivas Zambrano

ISSN: 1315-1407

LOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN
NO REFLEJAN NECESARIAMENTE
LA POLÍTICA INFORMATIVA DEL BCV.

EL GRUPO EDITOR
EVALÚA LOS CONTENIDOS
DE ESTA PUBLICACIÓN.

Cambio de razón social por
"República Bolivariana de Venezuela"

Se amplía el hilo
de seguridad a 2,5 mm

Cambio de elemento ópticamente
variable a forma circular de
1 cm²



Se introduce marca de agua de alto contraste (electrotipo) con texto: "50 MIL" en positivo

Se actualizan las firmas del Presidente y Primer Vicepresidente BCV