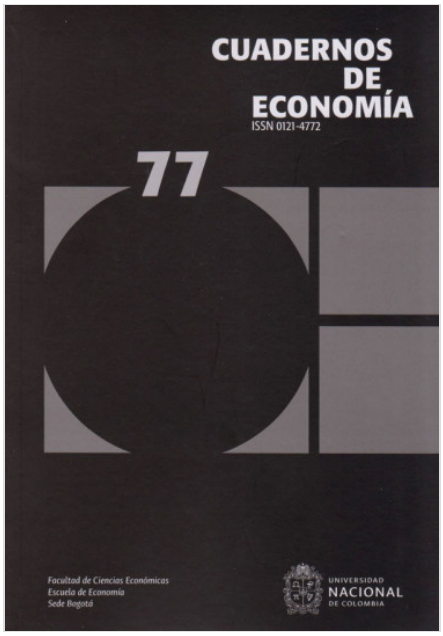
Cuadernos de economía

N° 77



Autor
Varios Autores

Sinopsis

En política monetaria, la comunicación se define como el suministro de información por parte del banco central hacia el público. Los bancos centrales informan con respecto a los objetivos y sus estrategias, las perspectivas económicas y las futuras decisiones. Según Blinder, Ehrmann, Fratzscher, De Haan y Jansen (2008), generar información de manera continua permite a los mercados financieros deducir con facilidad los objetivos de los bancos centrales y señaliza a los agentes su forma de actuar. En medio de regímenes de melas de inflación, la comunicación es una pieza clave de la política monetaria y puede mejorar la previsibilidad y orientación sobre las decisiones tomadas por el emisor. Es decir, la comunicación puede llevar a que las expectativas de los agentes y del banco central converjan (Jeanneau, 2009; Laxton y Freedman, 2009). Existe literatura que apunta a que la previsibilidad de las decisiones de tasas de interés de los principales bancos centrales ha mejorado. En general, diversos estudios encuentran que las expectativas de los mercados financieros están mejor alineadas con las decisiones de los formuladores de la política monetaria (Bomfim y Reinhart, 2000; Lange, Sack y Whitesell, 2003; Bernoth y Von Hagen, 2004).

Impreso

Año de publicación: 2019

Presentación: Encuadernación comercial (Tapa blanda o Bolsillo)

Tamaño: 23 x 15.5 x 5.1 cm

Número absoluto de páginas: 686 Páginas

$15.000 COP

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

La difusión de información ha aumentado a medida que los bancos centrales se comunican con mayor frecuencia con el público. Esta estrategia está fundamentada en el hecho de que una mejor y mayor comunicación ayuda a construir transparencia y, por tanto, credibilidad. Ambas herramientas contribuyen a mejorar la eficiencia en la conducción de la política monetaria en términos de estabilización de los precios y disminución de las fluctuaciones de la actividad económica (Blindel' et aL., 2008; Chortareas, Stasavage y Sterne, 2001). Para influir en el proceso de convergencia entre la toma de decisiones de los agentes y los objetivos del banco central, la conducción de las expectativas hacia los objetivos del emisor es realizada a través de la creación de noticias y la reducción del ruido. Si el banco central logra que los agentes tomen decisiones que interioricen la futura conducción de la política monetaria, y produce menores sorpresas en sus decisiones, entonces los mercados financieros tendrán una respuesta menor a los futuros anuncios de política (Blinder et aL., 2008; Bulíf, Cihák y Jansen, 2013). Existen estudios que han documentado la influencia de bancos centrales sobre los mercados financieros en las economías desarrolladas. Para el caso de la Reserva Federal (Gurkaynak, Sack y Swanson, 2005; Hayo, Kutan y Neuenkirch, 2015; Kohn y Sack, 2004) y para el caso del Banco Central Europeo (Ehrmann y Fratzs-cher, 2005; Jansen, 2008), existe consenso de que la comunicación mejora la capacidad de los mercados financieros en predecir la política del banco central. En general, los resultados apuntan a que las menores sorpresas en la comunicación se reflejan en una menor volatilidad de los títulos de deuda pública a corto y largo plazo.

VA

Sobre el autor

Varios Autores

Palabras clave

Política monetaria; Comunicación; Banco central; Objetivos; Estrategias; Información; Economía; Finanzas; Política económica

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen