

¿ES EFICIENTE la moneda de un céntimo?

JUAN ANTONIO RAMÍREZ*

¿Está cumpliendo la moneda de un céntimo su papel como medio de pago o es simplemente una unidad de cuenta?; ¿por qué en los supermercados o farmacias, los precios son fijados al céntimo y en las bodegas, por ejemplo, los precios están redondeados?; ¿es la moneda de un céntimo eficiente?. Buscaremos, en este artículo, las respuestas a estas preguntas.

*Gerente de Gestión del Circulante del BCRP.
juan.ramirez@bcrp.gob.pe

¿Cuántas veces cuando hemos pagado en efectivo en un supermercado o una farmacia de cadena nos han dicho “¿desea donar sus céntimos?”, sin considerar si el vuelto incluye S/. 0,01 o suma hasta el equivalente de S/. 0,09. Sin embargo, en bodegas o en mercados distritales o zonales, en general no encontramos problemas con el vuelto ya que, en la mayoría de ellos, los precios son expresados en múltiplos de S/. 0,10 o nos dan una “yapita”. Es más, ¿cuántos de nosotros cuando recibimos la moneda de un céntimo en el vuelto, no la volvemos a usar en nuestras transacciones diarias y terminan su ciclo de vida en algún cajón de nuestro escritorio o en la mesa de noche?

PRINCIPALES DEMANDANTES DE LA MONEDA DE S/. 0,01

Los principales demandantes de la moneda de un céntimo son los supermercados, los bancos, las cadenas de farmacias, las empresas de servicios públicos y, en menor medida, el público.

Así, en 2009 el Banco Central de Reserva (BCRP) atendió pedidos por 65,3 millones de unidades de la moneda de un céntimo, que representó el 16,8 por ciento del total de monedas atendidas.

Teniendo en cuenta la información proporcionada por los supermercados, las empresas procesadoras y el sistema de administración del circulante (BCRP) se determinó que en 2009, el 71 por ciento (46,4 millones de unidades) de lo atendido en monedas de un céntimo fue canalizado a los comercios, principalmente supermercados; el 12 por ciento a los bancos; el 9 por ciento a las farmacias; el 7 por ciento a Telefónica y, finalmente, al público con sólo el 1 por ciento. (Gráfico No. 1)

A nivel geográfico, en 2009, Lima concentró el 88,4 por ciento de la atención total del Banco Central de monedas de un céntimo. No obstante, debe tenerse en cuenta que parte de esta atención es derivada a provincias para atender el creciente movimiento comercial producto de la expansión de los supermercados, tiendas por departamento y cadenas de farmacias que se viene observando en estos lugares.

A fines de 2009, la participación de la moneda de un céntimo en términos de unidades era del 12,1 por ciento de la circulación total, porcentaje que se elevó a 13,0 por ciento a junio de 2010. Asimismo, la atención en monedas de un céntimo en 2009 representó el 33,8 por ciento de la circulación del 2008.

No obstante, estos resultados no nos llevan a inferir que la moneda de un céntimo esté siendo usada de manera intensiva en los pagos que efectúan los agentes económicos, es decir que sea una moneda eficiente. Por el contrario, existiría suficiente evidencia empírica, respaldada por los mecanismos de “redondeo”, que incluye las donaciones, utilizado por algunos establecimientos, y

las encuestas efectuadas por el Banco Central, que la moneda de un céntimo no sería eficiente y que su evolución en los últimos años respondería a otros factores, tales como el temor de las medianas y grandes empresas comerciales y de servicios a ser sancionadas.

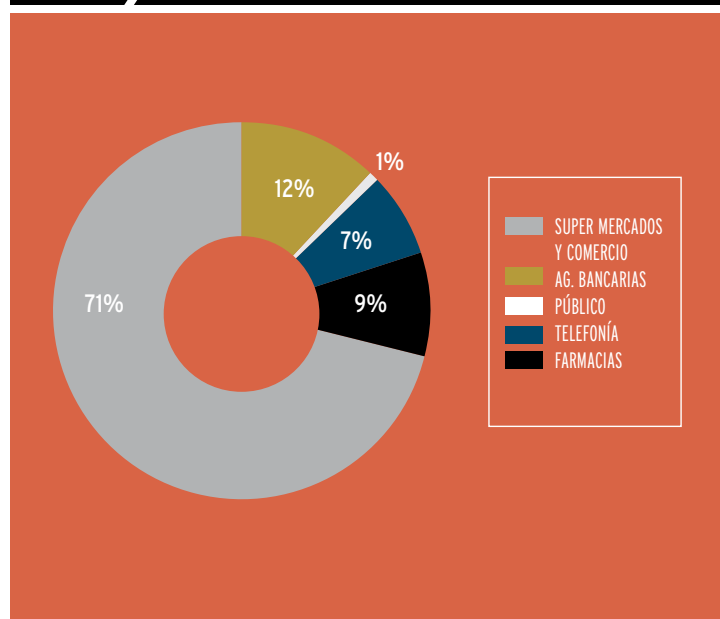
Es más, los costos en que se incurren y que involucran los costos de producción hasta su puesta en circulación, supera largamente el valor facial de la moneda de un céntimo.

EVOLUCIÓN EN LA CIRCULACIÓN DE S/. 0,01

Luego de su puesta en circulación en octubre de 1991, la moneda de S/. 0,01 mostró una relativa estabilidad hasta 2004, cuando alcanzó un nivel de circulación promedio mensual de 29,6 millones de unidades. Posteriormente, en 2005, como resultado de la campaña iniciada por la asociación de consumidores para promover que el público exija el vuelto completo en sus transacciones, la demanda por la moneda de un céntimo aumentó fuertemente y de manera acumulativa. Esta campaña fue acompañada por una acción fiscalizadora del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

Así, los bancos, supermercados, cadenas de farmacias y tiendas por departamento requirieron de esta moneda para entregarla como vuelto a sus clientes, evitando de esta manera una posible sanción. Esto significó un acelerado incremento mensual de la circulación de la moneda de

GRÁFICO 1 Principales demandantes de monedas de S/. 0,01 : 2009



FUENTE: SUPERMERCADOS, EMPRESAS PROCESADORAS DE EFECTIVO, SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DEL CIRCULANTE (SAC).

S/. 0,01, alcanzando un nivel promedio mensual, para el período 2005-junio2010, de 139,6 millones de unidades, esto es 4,7 veces el nivel promedio anterior. (Ver gráfico N°2).

En lo que respecta a la participación de la moneda de un céntimo en la circulación total de monedas, destaca su permanente disminución desde 1992, llegando a su nivel mínimo en junio de 2005. Ello refleja un menor uso como medio de pago. Luego, como resultado de la campaña antes señalada, su participación en el total de monedas en circulación aumentó rápidamente, hasta alcanzar una participación de 13,0 por ciento a junio de 2010, nivel similar al observado en los primeros años de su puesta en circulación.

PODER DE COMPRA DE LA MONEDA DE S/. 0,01

La inflación acumulada desde octubre de 1991 hasta junio de 2010 ha sido de 406,5 por ciento, lo que implica que luego de 19 años, el poder de compra de la moneda de un céntimo se ha reducido a S/. 0,002. Cabe anotar, que la mayor reducción acumulada se registró en los primeros años de su puesta en circulación, como resultado de las altas tasas de inflación registradas en dichos años. Esto explicaría la reducción de su participación en la circulación antes anotada, previo a la campaña iniciada por la asociación de consumidores.

MECANISMOS UTILIZADOS PARA REDUCIR EL USO DE MONEDAS DE BAJO VALOR

Un mecanismo utilizado por los pequeños comercios es el redondeo del precio por producto a múltiplos de S/. 0,10. Por ejemplo, en el caso de

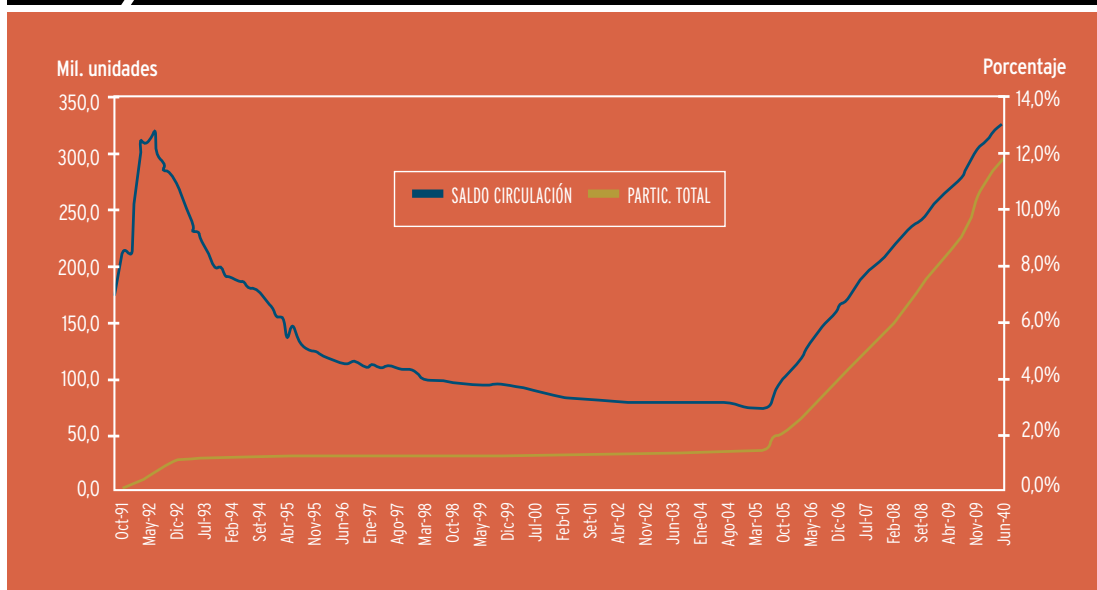
un producto con un precio de S/. 4,94, si se fija en S/. 4,90, significa un redondeo hacia abajo, con lo cual el consumidor deja de pagar los cuatro céntimos y el comerciante deja de recibirlos. En cambio, si el precio se fija en S/. 5,00, se produce un redondeo hacia arriba con lo cual el consumidor paga seis céntimos, que es trasladado al comerciante.

Este mecanismo de redondeo por producto no es utilizado por los supermercados y las grandes empresas comerciales, principales demandantes de monedas de S/. 0,01, que establecen precios que incluyen dicha denominación. Es decir, la utilizan como unidad de cuenta al fijar sus precios por producto. Ello debido a que usan lectores de código de barras para identificar precios al céntimo; están obligadas a un cálculo transparente de los impuestos; sus clientes pueden utilizar instrumentos de pago diferentes al efectivo, tales como tarjetas de débito o crédito, y tienen fácil acceso a las entidades financieras que les proveen de monedas de denominaciones bajas.

En cambio, los pequeños comercios son más propensos a redondear el precio por producto debido a que la mayoría de sus clientes efectúan sus pagos en efectivo, disminuye el costo de cálculo y registro, así como reduce sus costos de manipuleo y transporte de moneda de baja denominación.

Teniendo en cuenta los diferentes estudios que destacan que la penetración de los supermercados en el sector minorista aún es bajo, probablemente menor al 20 por ciento, se puede inferir que gran parte de los precios, en particular los referidos a alimentos, están redondeados a múltiplos de S/. 0,10.

GRÁFICO 2 | Circulación de monedas de S/. 0,01





MONEDAS DE BAJA DENOMINACIÓN.

Diez, cinco y un céntimo.

ENCUESTAS SOBRE EL USO DE LAS DIFERENTES DENOMINACIONES DE MONEDAS

Desde el año 2005, el BCRP ha realizado encuestas periódicas dirigidas a pequeños comercios y público en general, donde se incluye preguntas relacionadas con la preferencia y uso de las diferentes denominaciones de monedas. La respuesta generalizada es que la gran mayoría de los encuestados no utiliza las denominaciones de bajo valor debido a su poco o nulo poder adquisitivo.

En la encuesta sobre “Características, Uso y Niveles de Falsificación Percibidos de la Moneda Nacional”, aplicada a nivel nacional entre marzo y abril de 2008 a pequeños comercios y personas naturales, se obtuvo como respuesta que prácticamente ninguno de los entrevistados utilizaba la moneda de un céntimo y sólo un 0,2 por ciento recomendaba que hubiese más en circulación.

De tales respuestas se puede inferir que ni las personas naturales ni los pequeños comercios utilizan la denominación de un céntimo, por lo que es bastante probable que, en caso de recibir dicha moneda en sus transacciones, no la utilicen nuevamente en sus pagos en efectivo, es decir, las “retiran de facto” de la circulación. Lo que implica que el Banco Central siga atendiendo los pedidos de dicha denominación con más producción. Ello conlleva costos significativos a la administración de numerario, incluida la producción de dicha moneda.

COSTO DE PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y MANIPULEO

El ciclo del efectivo involucra las etapas de producción, emisión, circulación, procesamiento, reposición y destrucción. Pero, en el caso de la moneda de un céntimo, se cumplen sólo las dos primeras ya que su circulación es casi nula y pocas cantidades entran al procesamiento. Esto refleja la baja valorización social de dicha moneda, es decir, cuando es recibida como vuelto, no es usada nuevamente en el pago de las transacciones, se las guarda en los cajones de los escritorios, mesas de noche u otro tipo de contenedores o se las usa con fines extramonetarios. En 2009, el ratio de canje de monedas de S/. 0,01 respecto a la cantidad producida fue de sólo 0,5%; mientras que para la moneda de S/. 0,10 fue de 73,0%.

Ello conlleva a que se dediquen importantes recursos humanos y materiales de manera creciente en la producción de la moneda de un céntimo. Asimismo, a pesar, del cambio de aleación de latón (cobre y zinc) a aluminio en diciembre de 2005, el costo de fabricación de la moneda de un céntimo es superior a su valor nominal en más de cuatro veces.

Si a este costo se le agrega los de embolsado (bolsas de mil piezas, equivalente a S/. 10,00); el del transporte y la distribución a ventanilla de los bancos y a las cajas de los supermercados, cadenas de farmacia, etc., los costos totales superarían en más de seis veces el valor facial de un céntimo. ■