

# La formación de precios en las empresas colombianas: evidencia a partir de una encuesta directa

Borradores de Economía

**Número:**

569

**Publicado:**

Miércoles, 1 Julio 2009

**Clasificación JEL:**

C83, D40, E31, L11

**Palabras clave:**

Fijación de precios, Rigideces de precios, Muestreo aleatorio estratificado, Asimetrías en la fijación de precios

[Descargar documento](#)

## Lo más reciente

[Impacto fiscal del cambio demográfico sobre la educación en Colombia](#)

Olga Lucia Acosta Navarro, Andrés Felipe Chitán-Caes, Ana María Iregui-Bohórquez, Ligia Alba Melo-Becerra, María Teresa Ramírez-Giraldo, Jorge Leonardo Rodríguez Arenas

[Transferencias regionales no-condicionadas: el caso de regiones ribereñas en un país en desarrollo](#)

Bernardo Romero-Torres, Gerson Javier Pérez-Valbuena, Andrés Felipe García-Suaza, Jaime Alfredo Bonet-Moron

[La Efectividad de los Fondos de Recursos Naturales: Evidencia para Colombia](#)

Alejandro Ome, Laura Giles Álvarez, Gerson Javier Pérez-Valbuena, Cristhian Larrahondo

[Otras Publicaciones](#)

En este documento se reportan los resultados de una encuesta por medio de la cual se interrogó a los empresarios colombianos acerca de la forma como fijan los precios de sus principales productos. El diseño del formulario sigue de cerca las propuestas de Blinder (1991, 1994, 1998) y de la red de persistencia de la inflación de los países de la Unión Europea (Fabiani et al. 2005). El propósito de la encuesta es profundizar en el conocimiento sobre el proceso de fijación de precios que siguen las empresas. Específicamente, se explora el grado de autonomía que tienen las firmas para cambiar sus precios; si las políticas de precios siguen un criterio de reglas periódicas en el tiempo o dependen del estado de la economía; se indaga por el conjunto de información que emplean las empresas para cambiar sus precios; por la frecuencia de las revisiones de los precios y de los cambios y el uso de algún tipo de discriminación para determinar un precio. De otro lado, se estudian las razones que llevan a las firmas a no modificar sus precios, así como la velocidad de reacción ante diferentes choques económicos.