

La formación de precios en las empresas colombianas: evidencia a partir de una encuesta directa - Portal de Investigaciones Económicas

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

[Deuda Pública, Expectativas sobre el Déficit Fiscal y su Transmisión al Componente Cíclico de las Tasas de Interés de Largo Plazo](#)

José Vicente Romero-Chamorro, Hernando Vargas-Herrera

[Borradores de Economía - Corto vs mediano plazo: movimientos del tipo de cambio, inversión y la composición por monedas de las hojas de balance](#)

Juan Camilo Medellín-Martínez, Sergio Restrepo Ángel

[Oportunidades negadas: radiografía de la exclusión y el trabajo precario para la juventud en Cartagena](#)

Andrea Sofía Otero-Cortés, Karina Acosta, Jhorland Ayala-García, Oriana Álvarez Vos, Sara Rojas

[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.

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