

# Price Dispersion and Wholesale Costs Shocks in the Colombian Retail Gasoline Markets

Borradores de Economía

**Número:**

1220

**DOI:**

<https://doi.org/10.32468/be.1220>

**Publicado:**

Viernes, 9 Diciembre 2022

**Authors:**

Alex Pérez<sup>a</sup>,

[Juan Sebastián Vélez-Velásquez<sup>a</sup>](#)

Ver más

<sup>a</sup>Banco de la República, Colombia

**Clasificación JEL:**

D82, D83, Q49, L11, L94

**Palabras clave:**

dispersión de precios, mercados de gasolina, costos mayoristas, precios minorista

[Descargar documento](#)

## Lo más reciente

[Impacto macroeconómico y fiscal del cambio demográfico](#)

Jesús Alonso Botero-García, Ligia Alba Melo-Becerra, Cristian Castrillón Gaviria, Daniela Gallo

[Uncertainty and monetary policy: the case of the Central Bank of Colombia](#)

Hernando Vargas-Herrera

[Revista Ensayos Sobre Política Económica - Explorando las brechas de género en Colombia](#)

María Teresa Ramírez-Giraldo, Karina Acosta, Olga Lucia Acosta Navarro, Lucia Arango-Lozano, Fernando Arias-Rodríguez, Oscar Iván Ávila-Montealegre, Oscar Reinaldo Becerra Camargo, Leonardo Bonilla-Mejía, Grey Yuliet Ceballos-García, Luz Adriana Flórez, Juan Miguel Gallego-Acevedo, Luis Armando Galvis-Aponte, Luis M. García-Pulgarín, Andrés Felipe García-Suaza, Anderson Grajales, Daniela Gualtero-Briceño, Didier Hermida-Giraldo, Ana María Iregui-Bohórquez, Juliana Jaramillo-Echeverri, Karen Laguna-Ballesteros, Francisco Javier Lasso-Valderrama, Daniel Márquez, Carlos Alberto Medina-Durango, Ligia Alba Melo-Becerra, María Fernanda Meneses-González, Juan José Ospina-Tejeiro, Andrea Sofía Otero-Cortés, Daniel Parra-Amado, Juana Piñeros-Ruiz, Christian Manuel Posso-Suárez, Natalia Ramírez-Bustamante, Mario Andrés Ramos-Veloz, Jorge Leonardo Rodríguez-Arenas, Alejandro Sarasti-Sierra, Bibiana Taboada-Arango, Ana María Tribín-Urbe, Juanita Villaveces

[Otras Publicaciones](#)

En este trabajo investigamos la relación entre la dispersión de los precios del mercado minorista de gasolina y los choques a los costos mayoristas. Hay dos teorías con predicciones opuestas sobre esta relación. En una los aumentos de costos reducen la dispersión porque los consumidores, ante el potencial aumento de precios, van a buscar con más intensidad el precio más bajo y el mercado se vuelve más competitivo. En la otra, el aumento de costos reduce las ganancias de firmas que han acordado tácitamente poner precios similares lo que las lleva a fijar precios de forma independiente y en consecuencia aumenta la dispersión. Como la teoría económica es ambigua usamos datos de precios de estaciones de gasolina para ver cuál de las dos teorías explica mejor la relación dispersión-costos en los mercados colombianos.

### **Contribución**

La evidencia que se presenta en este artículo contribuye a la literatura que explora las causas de la dispersión de precios en mercados con bienes homogéneos. Además, da información sobre la estructura de mercado y los mecanismos a través de los cuales se determinan los precios al consumidor final de gasolina en Colombia.

**Nuestros hallazgos sugieren que hay una relación negativa entre los costos mayoristas y la dispersión de precios en los mercados minoristas de gasolina de Colombia.**

### **Resultados**

Nuestros hallazgos sugieren que hay una relación negativa entre los costos mayoristas y la dispersión de precios en los mercados minoristas de gasolina de Colombia. Esta relación hace que los precios sean más dispersos cuando aumentan los márgenes de las estaciones de servicio. Estos resultados son consistentes con un modelo teórico en el que la propensión de los consumidores a buscar precios más bajos determina la fijación de precios. No obstante, presentamos resultados que sugieren que la dispersión de precios depende de la estructura del mercado. Por ejemplo, nuestros datos muestran que hay más dispersión en mercados con mayor presencia de marcas distintas.