Seminario 170 El rol de las tarifas no lineales y el mantenimiento del precio de reventa en la estabilidad de precios nominales: Evidencia empírica de la industria de cereales para el desayuno

Calendario de actividades

Profesor del departamento de Economía de la Universidad del Rosario

Resumen: La literatura macroeconómica ha mostrado que mientras más rígidos sean los precios nominales, mayores serán los efectos reales de la política monetaria. Dicha rigidez es comúnmente observada en precios finales al consumidor, incluso en mercados con significativa volatilidad en el precio de los insumos. Este fenómeno es conocido como transmisión incompleta de choques de costos a precios finales y es explicada por la existencia de dos fuentes de rigidez: 1) el ajuste de markups por parte de las empresas en la cadena vertical, y 2) costos de ajuste de precios ("costos de menú"). Recientemente se ha demostrado que la estructura vertical de la industria y la existencia de controles verticales tales como el mantenimiento del precio de reventa (MPR) pueden introducir o reforzar dicha. El objetivo de este artículo es cuantificar los efectos de la implementación de tarifas no lineales y controles verticales en la estabilidad observada de precios nominales al consumidor. Para esto, se presenta un modelo estructural de relaciones verticales entre productores y supermercados que negocian bajo contratos no lineales y en los que se pueden presentar controles verticales por parte de los productores. Un ingrediente clave del modelo es la incorporación explícita de costos fijos de ajuste de precios en la función objetivo del supermercado. Usando datos de ventas de cereales para el desayuno provenientes de una de las mayores cadenas de supermercados en Chicago, se estima la demanda de cereales, se miden los markups de productores y del supermercado por cada marca, y se calculan límites inferior y superior del intervalo que contiene los verdaderos valores de los costos de ajuste del precio por marca. Los resultados muestran que, en promedio, el supermercado debe asumir costos que están entre el 1,6% y el 3% de sus ingresos totales anuales cada vez que quiere cambiar el precio de una de las marcas de cereales que distribuye.

Entrada libre. Indispensable inscribirse en el siguiente vínculo: Inscripciones

Hora: 12:15 p.m. (refrigerio) y 12:30 p.m. (inicio del seminario)

Lugar: Medellín, Auditorio del Banco de la República, Calle 50 No. 50-21, piso 3.

Obtenga información adicional comunicándose a los teléfonos en Medellín 5767463 – 5767479 – 5767541.

- Imprimir