

Três Ensaio em Comportamento dos Preços na Economia Brasileira

Hudson Chaves Costa

PPGE - UFRGS

7 de dezembro de 2014

Orientador: Prof. Dr. Sabino Porto da Silva Júnior

1 Ensaio 1

- Introdução/Motivação
 - Justificativa
 - Objetivos
- Referencial Bibliográfico

Ensaio 1

- Firms individuais não ajustam seus preços em contrapartida de choques relevantes na economia:
 - Hipótese em modelagem macroeconômica;
- Comportamento microeconômicos de determinação de preços adotado pelos agentes:
 - Tempo-Dependente;
 - Estado-Dependente.
- Bancos Centrais têm usado a política de metas de inflação:
 - Meta definida em termos de um índice de preços agregado;
 - Rigidez x Flexibilidade nos preços.
- A partir disso, foi natural o surgimento de pesquisas com o objetivo de diferir a análise empírica da rigidez nominal dos preços baseada em dados agregados da avaliação do comportamento dos preços por meio de microfundamentos.

Justificativa

- A dinâmica do comportamento dos preços individuais proporciona vários desdobramentos que são bastantes debatidos na literatura dado o impacto que podem causar;
 - A sua não compreensão levou a distintas abordagens para a análise da velocidade e intensidade de transmissão da política monetária
- A falta de estudos que gerassem empiricamente um diagnóstico da definição e grau de rigidez de preços individuais;
- Limitação de acesso a base de dados

Objetivos

- Avaliar empiricamente a rigidez nominal dos preços na economia brasileira por meio de dados coletados da *web*
- Propor um índice de inflação oriundo da mesma fonte de dados;
- Questinamentos:
 - É possível utilizar os dados coletados da internet como *proxy* para a inflação divulgada pelos órgãos públicos?
 - Quão frequentemente os preços se alteram?
 - Existe heterogeneidade da rigidez nominal entre setores?
 - A probabilidade de mudança dos preços pode variar ao longo da duração dos preços?
 - Quais são as variáveis condicionantes para o risco de alteração nos preços?

- Modelos de Precificação

- Modelos de Precificação
 - Contratos de Calvo/Taylor

- Modelos de Precificação
 - Contratos de Calvo/Taylor
 - Custo de Menu

- Modelos de Precificação
 - Contratos de Calvo/Taylor
 - Custo de Menu
 - Informação Rígida

- Modelos de Precificação
 - Contratos de Calvo/Taylor
 - Custo de Menu
 - Informação Rígida
 - Ira do Cliente

- Modelos de Precificação
 - Contratos de Calvo/Taylor
 - Custo de Menu
 - Informação Rígida
 - Ira do Cliente
- Preços Rígidos e Preços Flexíveis

- Modelos de Precificação
 - Contratos de Calvo/Taylor
 - Custo de Menu
 - Informação Rígida
 - Ira do Cliente
- Preços Rígidos e Preços Flexíveis
- Modelos Tempo-Dependente e Estado-Dependente

- Modelos de Precificação
 - Contratos de Calvo/Taylor
 - Custo de Menu
 - Informação Rígida
 - Ira do Cliente
- Preços Rígidos e Preços Flexíveis
- Modelos Tempo-Dependente e Estado-Dependente
- Estudos Empíricos

Contratos de Calvo/Taylor

- No modelo de Calvo (1983) a probabilidade de um preço mudar é constante:
 - Independe da última vez que uma firma mudou seu preço;
 - Função risco constante.
- Taylor (1980) define que os preços nominais são fixos por um certo número de períodos:
 - Os preços são fixos por N períodos;
 - Taxa de risco é zero para todas as durações exceto N.
- Generalização dos modelos de Taylor e Calvo:
 - Em Taylor, existem muitos setores com diferentes tamanhos de preços e dentro de cada setor há um processo de Taylor simples;
 - Em Calvo, a estratégia de definição dos preços considera múltiplos setores.

Custo de Menu

- Assume que a mudança no preço é custosa e isto impede que as firmas alterem seus preços continuamente;
- Os modelos usualmente são resolvidos usando métodos numéricos e assim, não há expressão analítica para a taxa de risco.

Ira do Cliente

- Modelo de Rotemberg (2005) salienta que os clientes sempre analisam as decisões de precificação das firmas;
- Percepção de justiça;
- Firms podem abandonar alterações nos preços para evitar a ira do cliente;
- Em rápido crescimento da inflação os clientes aceitam os ajustes dos preços;
- Empresas podem alterar seus preços dentro de um calendário de forma que os clientes desenvolvam suas crenças.

Informação Rígida

- Firms sofrem com o custo de coletar informações sobre as condições econômicas e concorrentes;
- Em cada período, a partir de novas informações, define-se um novo padrão de preços ótimos;
- Todas as firmas mudam seus preços em todo o tempo em modelos de rigidez de informação;
- Contudo, é contraditório nas evidências empíricas baseadas em dados individuais;
- Estudos combinaram este modelo com custo de menu (Klenov e Willis, 2007; Il e Edward, 2010)
- **Solução:** Pagar custos ou aprender com as ações das outras empresas.

- A alternativa aos modelos de preços rígidos é o modelo de **Lucas (1972)** onde os preços são flexíveis e a imperfeição nominal é informacional;
 - Produtor observa uma mudança no preço do seu produto e não sabe distinguir se isso é resultado de alterações no preço relativo ou nível agregado de preços;
 - A partir de uma expansão monetária não-observada, o melhor que cada produtor pode fazer é admitir que uma parte do aumento da demanda por seu produto reflete um choque de preços relativos;
 - **Consequência:** Expansão monetária tem efeitos reais e não apenas nominais sobre os preços.

- A vertente **novo-keynesiana** estabelece a hipótese de existência de rigidez nominal tanto nos preços quanto nos salários;
- Essas variáveis nominais têm dificuldade de ajuste e provocam impactos reais sobre o produto;
- **Consequência:** Expansão monetária pode causar diferentes impactos sobre cada preço da economia dependendo do grau de rigidez nominal de cada bem;
- **Consequência:** Se a rigidez for diversificada, resultará em alterações nos preços relativos provocando impactos reais