

(IN)FLEXIBILIDADE DE PREÇOS EM PORTUGAL: EVIDÊNCIA DE DADOS MICRO
PARTE I^{(1)*}

Mónica Costa Dias**

Daniel A. Dias***

Pedro Duarte Neves****

1. INTRODUÇÃO

O nível de flexibilidade de preços é uma questão de grande importância quando se pretende avaliar o impacto de diferentes choques na economia. De facto, a resposta do produto (real), da inflação ou do nível de emprego face a, por exemplo, um choque monetário depende crucialmente da velocidade a que os agentes económicos reagem a choques. Se os agentes económicos reagissem automaticamente, a política monetária não teria qualquer efeito. Por outro lado, se os agentes económicos levarem algum tempo a reagir, então, a política monetária terá algum efeito de curto prazo. Apesar de a literatura teórica sobre este assunto ser bastante vasta, não existem muitos estudos empíricos que caracterizem os mecanismos de fixação de preços na economia e, os que existem, são de âmbito relativamente estreito uma vez que incidem apenas em alguns produtos ou mercados de produtos. Com o objectivo de aprofundar o conheci-

mento acerca dos mecanismos de formação de preços na área económica do Euro, o Banco Central Europeu conjuntamente com os vários Bancos Centrais dos países pertencentes ao Eurosistema decidiram levar a cabo um projecto denominado “*Inflation Persistence Network*” (IPN). Neste projecto, entre outras coisas, investigadores dos vários países participantes estudam os mecanismos de fixação de preços do seu país, utilizando para o efeito as bases de dados que os diferentes institutos de estatística construíram para calcular os Índices de Preços no Consumidor (IPC) e Índice de Preços na Produção Industrial (IPPI). Esta análise é maioritariamente descritiva e foca essencialmente em aspectos como a frequência com que os preços se alteram, a relação entre alterações de preço positivas e negativas e a magnitude das alterações de preços. A análise correspondente a Portugal é feita no artigo “*Stylised features of price setting behaviour in Portugal: 1992-2001*”, Dias, Dias e Neves (2004)⁽²⁾. Este artigo é um resumo do estudo agora mencionado e, por forma a facilitar a leitura, foi dividido em duas partes. Na primeira parte serão apresentados os principais resultados referentes aos preços no Consumidor enquanto que na segunda parte serão apresentados os resultados relativos aos preços no Produtor assim como será feita uma comparação entre os mecanismos de fixação de preços no Consumidor e no Produtor.

* As opiniões expressas no artigo são de inteira responsabilidade dos autores e não coincidem necessariamente com a posição do Banco de Portugal.

** *University College of London e Institute of Fiscal Studies.*

*** Departamento de Estudos Económicos.

**** ANACOM e Universidade Católica Portuguesa.

(1) Queremos agradecer a Nuno Alves, Carlos Robalo Marques, João Santos Silva, Maximiano Pinheiro, José Ferreira Machado e participantes das várias reuniões do projecto *Inflation Persistence Network* do Eurosistema. Agradecemos também a Daniel Santos, Cristina Cabral, Cristina Fernandes e Humberto Pereira, do Instituto Nacional de Estatística, pelas várias ajudas que nos prestaram relativamente aos aspectos metodológicos das bases de dados. Qualquer erro ou omissão é da exclusiva responsabilidade dos autores.

(2) Working paper n.º 05-2004 do Banco de Portugal e *working paper* n.º 332 do Banco Central Europeu.

O resto do artigo está organizado da seguinte forma: a Secção 2 apresenta os principais resultados sobre fixação de preços no Consumidor. Na Secção 3 são apresentadas as principais conclusões.

2. SUMÁRIO DE RESULTADOS SOBRE FIXAÇÃO DE PREÇOS NO CONSUMIDOR

Esta secção explora a base de dados referente ao IPC para identificar as principais características do processo de fixação de preços do Consumidor na economia Portuguesa durante o período Janeiro de 1997 até Janeiro de 2001. Sempre que possível, será feita uma comparação com os Estados Unidos e com a área do Euro⁽³⁾.

Facto 1 – Aproximadamente 1 em cada 4 preços é alterado por mês.

A primeira coluna do Quadro 1 apresenta as frequências de alteração de preços para todos os bens em conjunto e também por diferentes tipos de bens. A frequência de alteração de preços geral é 0.22. Desta forma, aproximadamente e em mé-

(3) Importa referir que todos os resultados empíricos apresentados neste artigo utilizam ponderadores obtidos através do Inquérito ao Consumo. O objectivo desta ponderação é reflectir nos resultados o perfil médio de consumo do consumidor Português.

dia, um quarto dos preços dos bens na economia Portuguesa são alterados por mês. Comparando este valor com os respectivos valores para os Estados Unidos — 0.26 — e para área do Euro — 0.15 — verifica-se que o valor para Portugal está bastante próximo do referente aos Estados Unidos mas significativamente acima do valor respeitante à área do Euro.

Facto 2 – 50 por cento dos bens não mudam de preço durante pelo menos 8.5 meses.

A quinta coluna do Quadro 1 apresenta a duração mediana para um dado bem vendido numa determinada loja. Em termos globais, 50 por cento dos preços dos produtos são mantidos fixos durante 8.5 meses. Este valor é consideravelmente maior do que o equivalente para os Estados Unidos — 4.5 meses — mas significativamente menor do que o valor obtido para a área do Euro — 13 meses.

Facto 3 – A frequência de alteração de preços dos bens alimentares é consideravelmente maior do que a dos outros tipos de bens. Esta diferença deve-se em grande parte ao comportamento dos bens alimentares não processados. Os preços dos serviços mudam menos do que os dos outros bens.

Quadro 1

FREQUÊNCIA DE ALTERAÇÃO DE PREÇOS (VALORES MENSAIS)

	Frequência de alteração de preços	Frequência de alteração de preços mediana	Frequência de alterações de preço positivas	Frequência de alterações de preço negativas	Duração mediana (meses)	Número de observações	Pesos
Total	0.220	0.117	0.136	0.084	8.5	1996529	1.000
Por tipo de bem							
Alimentação	0.366	0.326	0.194	0.173	3.1	1290061	0.254
Alimentação não processada	0.472	0.476	0.247	0.225	2.1	636834	0.139
Alimentação não processada excluindo bens perecíveis	0.382	0.370	0.210	0.172	2.7	413676	0.098
Alimentação processada	0.239	0.188	0.129	0.109	5.3	653227	0.115
Não alimentares	0.207	0.126	0.141	0.066	7.9	521161	0.463
Não duradouros	0.114	0.072	0.080	0.033	14.0	213204	0.093
Semi-duradouros	0.277	0.189	0.128	0.150	5.3	108303	0.077
Duradouros	0.259	0.157	0.188	0.071	6.4	182245	0.200
Energia	0.131	0.143	0.111	0.020	7.0	17409	0.094
Serviços	0.110	0.067	0.076	0.035	15.0	185307	0.283
Serviços com preços administrados	0.089	0.072	0.060	0.029	14.0	12327	0.064
Serviços sem preços administrados	0.116	0.063	0.080	0.036	16.0	172980	0.219

Mesmo a um nível de agregação tão elevado como o que é apresentado no Quadro 1, verificam-se grandes diferenças em termos do comportamento de fixação de preços dos vários tipos de produtos. O resultado mais extremo verifica-se nos bens alimentares não processados, os quais apresentam um nível de variabilidade de preços claramente superior aos dos outros bens: aproximadamente 50 por cento dos bens alimentares não processados mudam de preço todos os meses. Tal resultado não se verifica nos bens alimentares processados, o que sugere que o comportamento dos bens alimentares não processados é provavelmente devido a factores de oferta como a sazonalidade de alguns dos bens pertencentes a esta categoria. Desta forma, poder-se-á pensar que os preços dos bens não processados respondem de uma forma flexível a mudanças nas condições de mercado. A frequência de alteração de preços é muito menor nos outros tipos de bens. Num extremo está o grupo de bens semiduradouros, maioritariamente formado por roupa e calçado. Estes bens são bastante afectados por saldos e promoções sazonais, o que explica que apresentem uma frequência de alteração de preços relativamente alta (aproximadamente de três em três meses). O resultado mais inesperado é o que se verifica para os bens duradouros. De acordo com os valores obtidos, mais de 1 em cada 4 preços dos bens duradouros é alterado em cada mês. Este valor é claramente superior ao que se verifica nos bens não duradouros (apenas 1 em cada 10 preços é alterado por mês) e está muito próximo do valor que se verifica para os bens semiduradouros. Apesar de o resultado verificado para os bens duradouros ser de alguma forma inesperado é necessário ter em conta que este é em grande parte devido ao comportamento dos preços dos carros novos e usados. Os dois em conjunto, carros novos e carros usados, valem mais de 50 por cento dos gastos dos consumidores em bens duradouros e, para este tipo de bens é muito difícil garantir homogeneidade. Excluindo os carros novos e os carros usados da análise, a frequência de alteração de preços dos bens duradouros baixa para 0.094, valor que é ligeiramente inferior ao correspondente para os bens não duradouros. Finalmente, os preços dos serviços mudam relativamente pouco (aproximadamente de 10 em 10 meses). Importa ainda referir que, dado o tamanho da

amostra utilizada, todas estas diferenças são estatisticamente significativas.

Facto 4 – Excluindo o caso particular da alimentação, as alterações de preço positivas são mais frequentes do que as alterações de preço negativas.

As colunas 3 e 4 da Quadro 1 mostram a frequência de alteração de preços mensal dividida em alterações positivas e alterações negativas. No caso da alimentação, os dois valores estão bastante próximos, ou seja, aproximadamente 50% das alterações de preço nestes bens são subidas e 50% são descidas. Este resultado é provavelmente consequência da sazonalidade que afecta grande parte dos bens que estão incluídos nesta categoria. Por outro lado, os bens não alimentares e os serviços têm maior probabilidade de ver os seus preços aumentados do que reduzidos, uma vez que para estes bens, mais de dois terços das alterações de preços são subidas. A relação entre o número de subidas de preços e o número de descidas verificada é também a esperada no contexto de um período com inflação positiva e, esta relação verifica-se para todos os grupos de bens apresentados no Quadro 1 com excepção dos bens semiduradouros. O carácter sazonal dos bens de vestuário e calçado, onde duas vezes por ano ocorrem saldos, poderá de alguma forma explicar a simetria na distribuição do número de subidas e de descidas de preços. Tal como seria de esperar num contexto de inflação positiva, as subidas de preços ocorrem com maior frequência do que as reduções. Ainda assim, as subidas de preço representam apenas (aproximadamente) 60% do número total de alterações de preços. Este mesmo rácio é de 0.55 nos Estados Unidos e de 0.58 na área do Euro.

Facto 5 – De um modo geral, as subidas e as descidas de preço têm a mesma ordem de magnitude. Desta forma, a inflação verificada reflecte o facto de as subidas de preço serem mais frequentes do que as descidas.

O Quadro 2 apresenta os percentis 25, 50 e 75 das distribuições da magnitude de alteração de preços condicionais no sinal das mesmas. Os valores aí apresentados não revelam que haja diferenças sistemáticas entre a magnitude das alterações positivas e das alterações negativas. Os serviços

Quadro 2

MAGNITUDE DE ALTERAÇÃO DE PREÇOS (VALORES MENSAIS)

	Magnitude da subida de preços			Magnitude da descida de preços		
	1º quartil	Mediana	3º quartil	1º quartil	Mediana	3º quartil
Total.....	0.044	0.081	0.154	-0.142	-0.075	-0.036
Por tipo de bem						
Alimentação	0.048	0.085	0.153	-0.131	-0.077	-0.040
Alimentação não processada.....	0.067	0.116	0.203	-0.169	-0.097	-0.057
Alimentação não processada excluindo bens perecíveis	0.059	0.093	0.149	-0.125	-0.077	-0.047
Alimentação processada.....	0.041	0.068	0.111	-0.105	-0.062	-0.035
Não alimentares	0.039	0.058	0.135	-0.170	-0.085	-0.033
Não duradouros	0.036	0.051	0.099	-0.118	-0.067	-0.031
Semi-duradouros	0.082	0.184	0.356	-0.261	-0.166	-0.090
Duradouros	0.027	0.057	0.110	-0.117	-0.058	-0.024
Energia	0.041	0.042	0.050	-0.043	-0.024	-0.006
Serviços	0.067	0.101	0.168	-0.108	-0.063	-0.031
Serviços com preços administrados.....	0.035	0.054	0.095	-0.190	-0.073	-0.022
Serviços sem preços administrados.....	0.069	0.108	0.168	-0.105	-0.063	-0.031

são a excepção, uma vez que apresentam subidas de preços claramente superiores às descidas, em particular os serviços cujo preço é administrado.

É importante referir que, tal como se pode ver pelas colunas 1 a 6 do Quadro 2, as alterações de preço têm uma dimensão considerável. Mesmo o primeiro (terceiro) quartil da distribuição condicional das subidas (descidas) de preços é um valor bastante superior ao da taxa de inflação verificada durante o período em causa. Desta forma, parece ser possível concluir que a dimensão da alteração tem importância na decisão de alterar preços.

Facto 6 – O comportamento dos diferentes produtos no que respeita à fixação de preços é bastante heterogéneo. Esta conclusão aplica-se à decisão de alterar preços, mas não tanto à decisão relativa à magnitude de alteração de preços.

A frequência de alteração de preços, mesmo controlando para o tipo de bem, varia consideravelmente entre os vários bens de consumo. O Gráfico 1 apresenta as distribuições da frequência mensal de alterações de preços que se verifica ao nível do produto. Apesar de algumas destas distribuições apresentarem menor variabilidade, caso dos bens não alimentares e dos serviços, verifica-se que existe um nível de heterogeneidade dentro de cada grupo de bens bastante considerável. Para além do nível de heterogeneidade verificado, algumas distribuições são multi-modais e todas

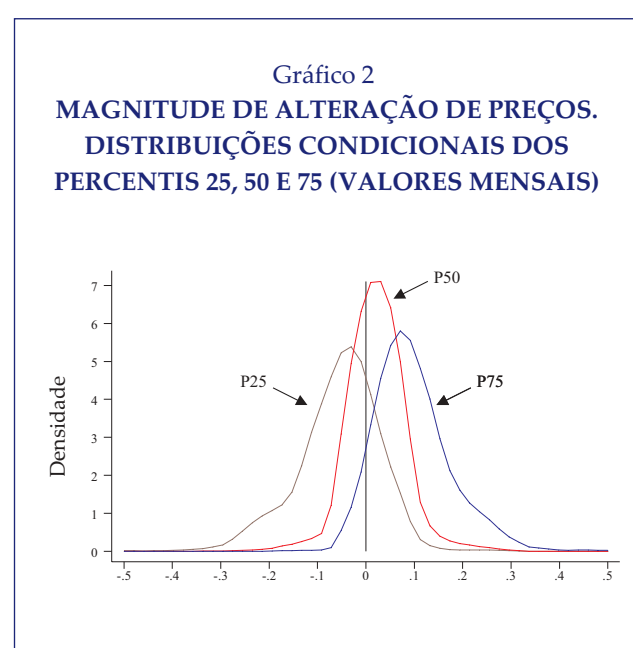
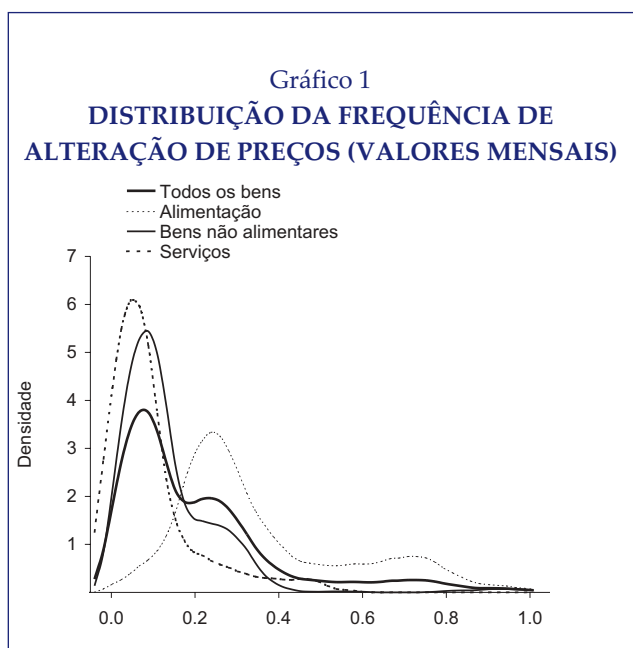
elas têm “caudas” compridas em direcção ao valor 1.

O Gráfico 2 apresenta a distribuição da magnitude de alteração de preços condicional no facto de existir uma alteração de preços (i.e., as não alterações são excluídas). Este gráfico apresenta as distribuições dos primeiro, segundo e terceiro quartis das distribuições de alterações de preços por produto. Apesar da distribuição da mediana (segundo quartil) ser bastante concentrada em torno de um valor pequeno e positivo, as distribuições dos outros dois quartis são bastante mais dispersas.

Facto 7 – A frequência de alteração de preços aumenta com a dimensão da loja.

As lojas grandes alteram os preços com maior frequência do que as lojas pequenas⁽⁴⁾. Enquanto nas lojas grandes a frequência de alteração de preços é 0.522, o mesmo valor nas lojas médias e pequenas cai, respectivamente, para 0.347 e 0.203 (Quadro 3). Este resultado pode ter várias explicações. Por um lado, pode dever-se a questões relacionadas com a procura. Se entre as lojas grandes existir uma maior concorrência então, será natural que os preços sejam alterados com maior frequência. Um indicador do grau de concorrência entre

(4) Neste exercício classificaram-se os hipermercados, os supermercados e as lojas clássicas como lojas Grandes, Médias e Pequenas, respectivamente.



lojas pode ser a proporção de preços promocionais, i.e., quanto maior for a competitividade entre lojas maior deverá ser o número de promoções. A proporção de preços promocionais nas lojas grandes, médias e pequenas é, respectivamente, 0.040, 0.028 e 0.012. Uma outra explicação para este resultado poderá ter que ver com questões da oferta. Se se aceitar que a alteração de preços constitui um custo para a loja e que este custo é aproximadamente o mesmo entre os vários tipos de loja, então, quanto maior for o volume de vendas de uma loja menos relevante será este custo (devido a questões de escala), logo, maior será a frequência de alteração de preços.

Facto 8 – Os bens não alimentares e os serviços apresentam um nível de sazonalidade forte em termos de decisão de alteração de preços. No que

diz respeito à magnitude de alteração de preços, apenas os bens não alimentares apresentam uma sazonalidade considerável.

O Gráfico 3 apresenta a frequência de alteração de preços ao longo do tempo por tipos de bens. Olhando para o painel C deste gráfico verifica-se que os serviços apresentam um nível de sazonalidade bastante forte uma vez que em todos os primeiros trimestres existe um “pico” na frequência de alteração de preços. Os bens não alimentares, painel B do Gráfico 3, também apresentam alguma sazonalidade, embora menos que no caso anterior. A frequência de alteração de preços dos bens alimentares, painel A do Gráfico 3, não apresenta qualquer tipo de sazonalidade. O comportamento sistemático evidenciado por alguns tipos de bens pode ser reflexo de alteração de condições nos custos ou na procura que ocorram também de forma sistemática. Alternativamente, este tipo de com-

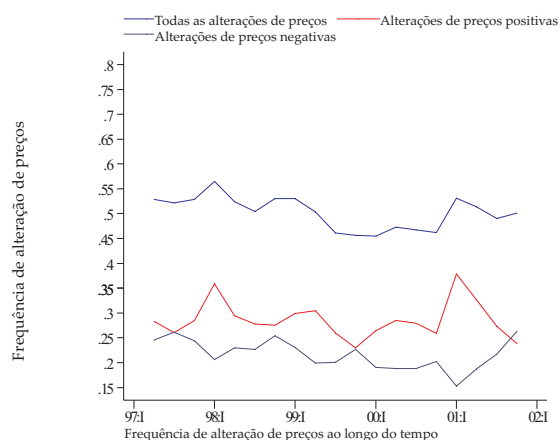
Quadro 3

FREQUÊNCIA DE ALTERAÇÃO DE PREÇOS POR TIPO DE LOJA (VALORES MENSAIS)

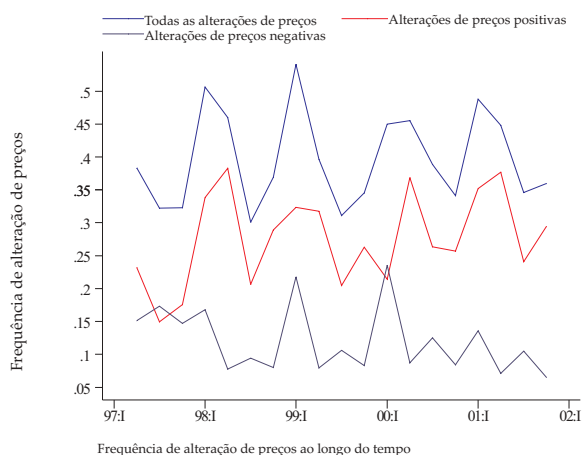
Tipo de loja	Frequência de alteração de preços	Frequência de alteração de preços mediana	Frequência de alterações de preço positivas	Frequência de alterações de preço negativas	Duração mediana (meses)
Grandes	0.522	0.500	0.277	0.245	2.0
Médias	0.347	0.292	0.189	0.159	3.4
Pequenas	0.203	0.146	0.126	0.077	6.9

Gráfico 3
FREQUÊNCIA DE ALTERAÇÃO DE PREÇOS AO LONGO DO TEMPO POR TIPO DE BEM (VALORES TRIMESTRAIS)

A – Alimentação



B – Bens não alimentares



C – Serviços

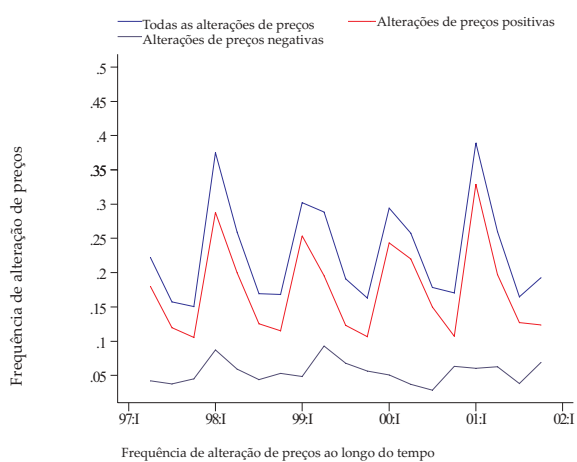
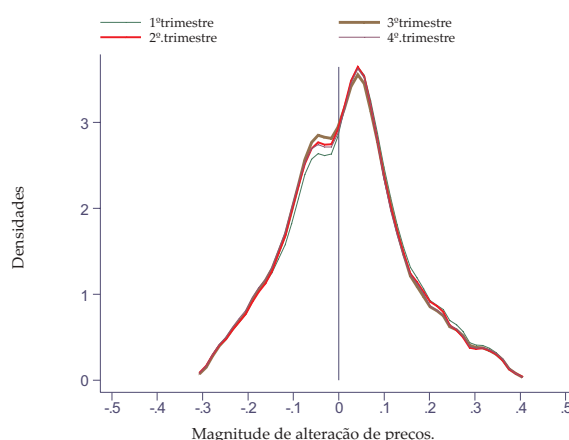
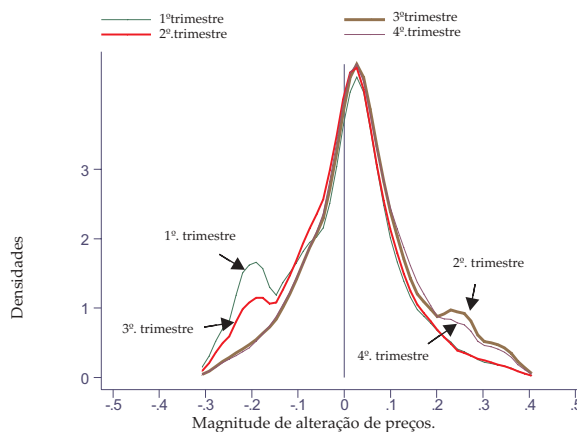


Gráfico 4
DISTRIBUIÇÃO DA MAGNITUDE DE ALTERAÇÃO DE PREÇOS POR TIPO DE BEM (VALORES TRIMESTRAIS)

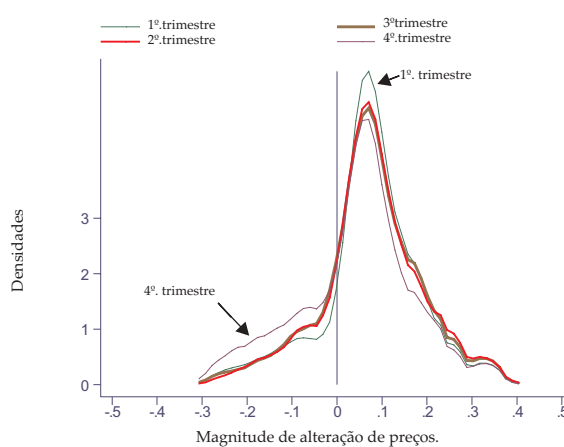
A – Alimentação



B – Bens não alimentares



C – Serviços



portamento pode ser devido a algum padrão temporal de alteração de preços.

O Gráfico 4 apresenta as distribuições da magnitude de alteração de preços (condicionais na

ocorrência de uma alteração de preços) relativas a cada um dos quatro trimestres do ano. Da análise deste Gráfico conclui-se que os bens alimentares não apresentam qualquer sinal de sazonalidade na magnitude de alteração de preços. Olhando para os bens não alimentares a conclusão é diametralmente oposta, i.e., as distribuições dos segundo e quarto trimestres têm maior “massa” de probabilidade à direita do que as distribuições correspondentes aos primeiro e terceiro trimestres. Este resultado pode, em parte, ser explicado pela ocorrência de saldos nos primeiro e terceiros trimestres o que faz com que nestes trimestres a magnitude de alteração de preços seja “puxada” para baixo. No que diz respeito aos serviços, as distribuições da magnitude de alteração de preços nos três primeiros trimestres do ano são relativamente homogêneas. No entanto, no quarto trimestre verifica-se uma maior tendência para cortes elevados nos preços.

3. CONCLUSÕES

Nesta parte do artigo foram apresentados os principais factos estilizados do processo de fixação de preços do consumidor em Portugal durante o período 197-2001. Os resultados mais importantes podem ser resumidos da seguinte forma:

- a) A frequência mensal de alteração de preços é um pouco menor do que 0.25, o que significa que, aproximadamente 1 em cada 4 preços é alterado todos os meses.
- b) O facto de o valor anterior ser tão elevado fica em grande parte a dever-se ao comportamento dos bens alimentares, em particular, dos bens alimentares não processados.
- c) Cinquenta por cento dos bens têm (em média) os seu preços inalterados durante pelo menos 8.5 meses.
- d) Os preços dos serviços mudam menos do que os dos outros produtos.
- e) Existe uma forte sazonalidade no processo de fixação de preços.
- f) As subidas de preços são mais frequentes do que descidas de preços mas de magnitude idêntica.
- g) De um modo geral, as alteração de preços têm uma dimensão razoável, pelo menos tendo em conta o nível de inflação que se verificou em Portugal durante o período analisado.
- h) A frequência de alteração de preços aumenta com a dimensão das lojas.

Na segunda parte deste artigo iremos prosseguir o estudo do processo de fixação de preços em Portugal analisando os preços no produtor e comparando os processos de fixação de preços no produtor e no consumidor.

REFERÊNCIAS

- Bils, M. e Klenow, P. (2004), “Some evidence on the importance of sticky prices”, *Journal of Political Economy*, 112, pp. 947-985.
- Dhyne, E., Álvarez, L., Bihan, H., Veronese, G., Dias, D., Hoffmann, J., Jonker, N., Lünnemann, T., Rumler, F. e Vilmunen, J. (2005) “Price setting in the euro area: Some stylised facts from Individual Consumer Price Data”, Banco de Portugal working paper n.º 2005-06 e futuro *working paper* do Banco Central Europeu.
- Dias, M., Dias, D. e Neves, P.D. (2004) “Stylised features of price setting behaviour in Portugal: 1992-2001”, *working paper* n.º 2004-05 do Banco de Portugal e *working paper* n.º 332 do Banco Central Europeu.
- INE (1992), “Índice de preços no consumidor”, Instituto Nacional de Estatística, *Série estudos* n.º 58.

ANEXO

A base de dados utilizada neste estudo cobre um período de 6 anos entre 1997 e 2002 e contém informação sobre preços de produtos vendidos em lojas de todo o país. A observação elementar é o preço de um determinado bem vendido numa determinada loja num dado momento. Por forma a evitar que os resultados fossem afectados por algum comportamento atípico devido à mudança de moeda e também para ter um painel de dados equilibrado decidiu-se utilizar apenas informação referente ao período Janeiro de 1997 a Janeiro de 2001. Esta base de dados tem aproximadamente 2,000,000 de observações até Janeiro de 2001, recolhidas em aproximadamente 13,000 lojas relativas a 780 tipos de produtos. É importante referir que as marcas e as embalagens dos diferentes produtos podem variar entre lojas mas são mantidas (tanto quanto possível) constantes para a mesma loja, o que significa que a comparação de preços entre lojas não é possível mas tal comparação já é possível dentro da mesma loja. Para além dos preços dos produtos, código do produto e código da loja a base de dados também inclui informação sobre a data, localização geográfica da loja (dividido em sete localizações possíveis ao nível da NUT II), tipo de loja (hipermercados, supermercados, lojas clássicas, lojas de desconto, mercado e outros), uma variável binária que indica se o bem é perecível ou não e alguma informação sobre o peso de cada um dos bens no cabaz típico do consumidor português. Uma vez que os dados do IPC estão sujeitos a segredo estatístico, é impossível saber quais os bens ou serviços que fazem parte da amostra⁽¹⁾. Por questões de comparabilidade e também pelo interesse da própria informação, utilizou-se uma categorização dos vários produtos de acordo com a sua natureza: Alimentares, Não-alimentares e Serviços. A periodicidade com que os dados são recolhidos varia de produto para produto e esta pode ser mensal, trimestral ou anual⁽²⁾. Isto significa que algumas lojas são visita-

das mensalmente enquanto outras apenas o são anualmente. Os dados anuais, trimestrais e mensais representam, respectivamente, 4%, 58% e 38% do cabaz do consumidor representativo. Os bens alimentares e alguns bens não alimentares são observados mensalmente enquanto que a maioria dos bens não alimentares e serviços são observados trimestralmente. No outro extremo, educação, livros e alguns serviços apenas são observados anualmente. É importante notar que, com a excepção dos produtos agora referidos, para todos os outros existe informação mensal, ou seja, no caso dos bens que são observados trimestralmente é garantido que uma parte destes é observada todos os meses embora em lojas diferentes. Ao ter que lidar com tanta diversidade, foi necessário homogeneizar a unidade temporal de observação por questões de comparabilidade. Uma vez que os bens observados anualmente contêm pouca informação sobre o processo de fixação de preços foram excluídos. As observações trimestrais foram utilizadas para estimar valores mensais. Apesar de na base de dados existir informação sobre a ocorrência de promoções/saldos (2.2% das observações estão assinaladas como sendo saldos ou promoções) optámos por analisar os preços que o consumidor efectivamente paga uma vez que são estes dados que melhor reflectem as verdadeiras características do mercado. Valores em falta podem ocorrer quando o produto em causa está esgotado ou quando a loja está temporariamente (ou permanentemente) fechada. Quando estas situações acontecem o preço que é reportado é uma estimativa do que seria o preço do bem não observado caso tivesse variado à mesma taxa dos bens semelhantes observados nas outras lojas. Este procedimento pode ser aplicado no máximo durante 3 períodos consecutivos. Ao fim deste tempo, a loja é substituída na amostra caso continue fechada ou o bem é substituído por um equivalente se continuar esgotado. Apesar de este método não criar enviesamentos na estimação da taxa de inflação, ele irá induzir um enviesamento por excesso quando se pretende estimar a frequência com que os preços são alterados. No

(1) O código que identifica os vários produtos é composto por oito dígitos. Os primeiros cinco identificam a classe, grupo, sub-grupo e sub-sub-grupo. Os três restantes identificam o bem ou serviço em causa. Por questões de segredo estatístico, o INE apenas forneceu a classificação dos diferentes produtos até aos cinco dígitos.

(2) INE (1992) descreve as principais características da amostra em termos da sua definição, selecção e dimensão.

entanto, a base de dados também tem informação que permite saber quando é que este método foi aplicado. Esta informação foi utilizada para excluir todas as observações que fossem estimativas (aproximadamente 10% do total da amostra). A base de dados agora apresentada tem características que dificultam de alguma forma a análise e que fazem com que seja necessário tomar algumas

opções metodológicas passíveis de discussão. Uma vez que o objectivo deste artigo não é discutir técnicas ou métodos mas sim apresentar resultados, remetemos o leitor mais interessado para a secção metodológica do artigo "*Stylised features of price setting behaviour in Portugal: 1992-2001*" para uma descrição pormenorizada das várias opções tomadas.