

# ÍNDICE DE TIPO DE CAMBIO REAL MULTILATERAL TURÍSTICO

Dirección Nacional de Mercados y Estadística  
**SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO ESTRATÉGICO**



Ministerio de  
Turismo y Deportes  
Argentina

Dirección Nacional de Mercados y Estadística  
Subsecretaría de Desarrollo Estratégico  
Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación  
[www.turismo.gob.ar](http://www.turismo.gob.ar)  
Suipacha 1111 20° Piso (C1008AAW) | CABA | Argentina

# SINTA

## Sistema de Información Turística de la Argentina

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/>

### Signos convencionales

- \* Dato provisorio
- ... Dato no disponible a la fecha de presentación de los resultados
- /// Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas
- S/D** Sin registro de datos
- Dato igual a cero
- e** Dato estimado



# Índice del Tipo de Cambio Real Multilateral Turístico

Diciembre de 2021

El Índice del Tipo de Cambio Real Multilateral Turístico (ITCRMT), construido por la Dirección Nacional de Mercados y Estadística del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación mide el precio relativo de los bienes y servicios de nuestra economía con respecto a los de un grupo de países relevantes en términos de intercambio turístico. Se obtiene a partir de un promedio geométrico ponderado de los tipos de cambio reales bilaterales de los principales socios turísticos del país.

Este índice capta las variaciones no solo de las monedas, pesos argentinos y las del resto del mundo, sino también de los precios al interior de cada economía. Por lo tanto, el ITCRMT es una de las medidas más utilizadas para medir, por un lado, la competitividad (de tipo precio) de la Argentina como destino turístico, y por otro, de la capacidad económica de la Argentina como consumidora de turismo en el resto del mundo (turismo emisivo).

De la Sección 1 a la 5 se detallan el objetivo, la definición, la metodología, las variantes de cada ITCRMT elaborado y las fuentes de información del ITCRMT.

## 1. OBJETIVO

El ITCRMT sirve como un indicador de la dinámica de los precios relativos de nuestra economía con respecto a las de los principales socios turísticos. Al considerar las variaciones en los tipos de cambio y en los precios minoristas internos, tanto de Argentina como de los socios turísticos, el ITCRMT es una herramienta útil para observar, y prever, cómo las fluctuaciones relativas del valor del peso influyen en las decisiones turísticas de los residentes en Argentina (trade-off entre turismo interno y turismo emisivo) y en los residentes en el resto del mundo que tienen que decidir si visitar Argentina o algún otro destino.

Dado que el ITCRMT es un buen indicador de la competitividad-precio de Argentina en términos turísticos, la elaboración de este se realiza con el objetivo de que pueda ser utilizado para la toma de decisiones o bien como insumo para el análisis económico de la industria del turismo en Argentina.

## 2. DEFINICIÓN

El tipo de cambio real (TCR) mide el precio de una canasta de bienes y servicios producidos en el extranjero con relación a una canasta comparable producida en la economía nacional, expresado en una misma moneda. De esta manera, por ejemplo, mientras mayores sean los precios de los bienes y servicios de la economía doméstica, si el tipo de cambio nominal no cambia, esta será menos competitiva comparada con otros países. Este es el caso de una apreciación del TCR.

El tipo de cambio real con el país “j” (TCR<sub>j</sub>) se define como el producto del tipo de cambio nominal bilateral expresado como unidades de moneda local por unidades de moneda extranjera (TC<sub>j</sub>), y los precios relativos entre la economía extranjera (P<sub>j</sub>) y la doméstica (P)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Por lo tanto, un aumento del TCR indica una depreciación y una baja indica una apreciación.

$$TCRj = \frac{TCj * Pj}{P}$$

Dado que el turismo internacional de Argentina involucra más de un país del exterior, si se quiere una medida más precisa del TCR, se deben agrupar los TCR de los países en cuestión, construyendo de esta manera un índice del tipo de cambio real multilateral turístico (ITCRMT). Para esto, se determina una importancia relativa de cada país socio turístico en el turismo internacional de Argentina y se utiliza dicha ponderación para construir una media geométrica ponderada. Para el caso del turismo receptivo, la ponderación de cada país está dada por el gasto turístico que realizan los visitantes residentes en aquel país en sus viajes dentro de Argentina. Para el caso del turismo emisivo, la ponderación de cada país está dada por el gasto turístico que realizan los visitantes residentes en Argentina durante sus viajes en el país en cuestión.

Entonces, se desarrollan dos versiones del ITCRMT, uno para el turismo receptivo y otro para el turismo emisivo, buscando reflejar las distintas condiciones del mercado oficial de cambios para cada caso y las distintas ponderaciones de gasto.

En conclusión, el ITCRMT es un índice que contempla las variaciones de los tipos de cambio reales bilaterales de Argentina con cada uno de sus principales socios turísticos ponderadas por su participación en el flujo de turismo internacional correspondiente (receptivo o emisivo).

### 3. METODOLOGÍA

Según las recomendaciones de la CEPAL, cuando se trata de una serie larga, es preferible la compilación de índices encadenados, en la que el índice se va construyendo sobre la base de calcular las variaciones de cada par de años y acumular (multiplicar) después dichas variaciones a lo largo del tiempo<sup>2</sup>. De esta manera, para la construcción del ITCRMT se utiliza un índice “Laspeyres geométrico encadenado”, cuyo período de referencia<sup>3</sup> es el mes de enero de 1999 = 100 y comprende el período desde allí hasta la actualidad. La siguiente fórmula expresa su cálculo:

$$I_m = I_{m-1} * \prod_j \left( \frac{TCR_{j,m}}{TCR_{j,m-1}} \right)^{w_{j,t-1}}$$

donde:

$TCR_{j,m}$  es el tipo de cambio real bilateral con el país “j” en el mes “m”.

<sup>2</sup> CEPAL, 2018. “Los números índices y su relación con la economía”. Serie “Metodologías de la CEPAL”.

<sup>3</sup> En el contexto de los índices de precios en cadena, el concepto de período de referencia se utiliza con diferentes sentidos, según se trate del “período de referencia del índice”, el “período de referencia de los precios” o el “período de referencia de las ponderaciones”. Período de referencia del índice significa el período cuyo valor se ubica en 1 (o en 100). Período de referencia de los precios es el período con el que se comparan los precios de los demás períodos (en este caso, el mes inmediatamente anterior) y, por tanto, es el período que se ubica en el denominador del cálculo del índice. Período de las ponderaciones es el período cuya variable de ponderación (en este caso gastos turísticos) se utiliza para pesar cada país en el total, y suele abarcar un año (si la fórmula utilizada es la de Laspeyres, dicho período es el anterior al corriente; si es la fórmula de Paasche, es el período corriente; y, si es la fórmula es Fisher, se utilizan ponderaciones de ambos períodos) (OIT y otros, 2006, pág. 195).

$w_{j,t-1}$  es la participación del país “j” en el gasto turístico en Argentina, para el caso del turismo receptivo, o bien, el gasto turístico de Argentina en el país “j”, para el caso del turismo emisivo. Ambos, en el promedio móvil de los últimos 4 trimestres del trimestre anterior al del mes “m”.

Con posterioridad a este cálculo, se realiza un cambio de base al 4to trimestre del 2015 = 100.

El cálculo del ITCRMT requiere datos sobre los tipos de cambio nominales, que se obtienen de los mercados de divisas y sobre los IPC correspondientes a cada mes de esos mismos países y de Argentina.

Para la selección del conjunto de países socios turísticos de Argentina, se utilizó la apertura con la que se cuenta para el gasto turístico de la Cuenta Viajes del Balance de Pagos:

1. Chile,
2. Bolivia,
3. Brasil,
4. Paraguay,
5. Uruguay,
6. Estados Unidos y Canadá,
7. Resto de América,
8. Europa, y
9. Resto del Mundo.

Para el caso de agrupaciones de países con monedas diferentes se seleccionaron los 3 países con mayor gasto turístico de cada grupo y se realizó un promedio geométrico de sus TCR para luego aplicarle la ponderación de gasto correspondiente. En detalle, estos son los países seleccionados de cada subgrupo:

- Resto de América: Colombia, México y Perú;
- Resto del Mundo: Australia, China y Nueva Zelanda.

Las ponderaciones contempladas para la elaboración del ITCRMT reflejan la participación de cada socio turístico en el flujo de gasto turístico, receptivo o emisivo. Estas ponderaciones son variables y se actualizan en forma trimestral<sup>4</sup> (promedio móvil 4 trimestres) para minimizar los potenciales sesgos de utilizar un índice de base fija.

<sup>4</sup> Conforme a la frecuencia de publicación del gasto turístico de la Cuenta Viajes del Balance de Pagos.

Tabla 1 | Ponderaciones de los socios turísticos por trimestre. Turismo Receptivo. Años recientes (2018-2021)

Mes-Año	Bolivia	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	EE.UU. y Canadá	Resto de América	Europa	Resto del Mundo
ene-18	4.5%	17.3%	8.3%	9.3%	4.0%	11.9%	14.7%	23.1%	7.0%
feb-18	4.5%	17.3%	8.3%	9.3%	4.0%	11.9%	14.7%	23.1%	7.0%
mar-18	4.5%	17.3%	8.3%	9.3%	4.0%	11.9%	14.7%	23.1%	7.0%
abr-18	4.3%	17.4%	8.0%	9.3%	3.8%	12.3%	15.1%	23.1%	6.7%
may-18	4.3%	17.4%	8.0%	9.3%	3.8%	12.3%	15.1%	23.1%	6.7%
jun-18	4.3%	17.4%	8.0%	9.3%	3.8%	12.3%	15.1%	23.1%	6.7%
jul-18	4.2%	17.5%	8.2%	9.1%	3.7%	12.4%	15.0%	23.3%	6.7%
ago-18	4.2%	17.5%	8.2%	9.1%	3.7%	12.4%	15.0%	23.3%	6.7%
sep-18	4.2%	17.5%	8.2%	9.1%	3.7%	12.4%	15.0%	23.3%	6.7%
oct-18	4.0%	17.5%	8.6%	8.6%	3.9%	12.3%	14.9%	23.4%	6.9%
nov-18	4.0%	17.5%	8.6%	8.6%	3.9%	12.3%	14.9%	23.4%	6.9%
dic-18	4.0%	17.5%	8.6%	8.6%	3.9%	12.3%	14.9%	23.4%	6.9%
ene-19	3.9%	17.5%	9.2%	7.8%	4.0%	12.1%	14.3%	23.7%	7.6%
feb-19	3.9%	17.5%	9.2%	7.8%	4.0%	12.1%	14.3%	23.7%	7.6%
mar-19	3.9%	17.5%	9.2%	7.8%	4.0%	12.1%	14.3%	23.7%	7.6%
abr-19	3.9%	18.2%	8.7%	7.8%	4.0%	12.1%	14.0%	23.3%	8.0%
may-19	3.9%	18.2%	8.7%	7.8%	4.0%	12.1%	14.0%	23.3%	8.0%
jun-19	3.9%	18.2%	8.7%	7.8%	4.0%	12.1%	14.0%	23.3%	8.0%
jul-19	3.9%	18.1%	8.8%	7.5%	4.1%	11.9%	14.1%	23.0%	8.6%
ago-19	3.9%	18.1%	8.8%	7.5%	4.1%	11.9%	14.1%	23.0%	8.6%
sep-19	3.9%	18.1%	8.8%	7.5%	4.1%	11.9%	14.1%	23.0%	8.6%
oct-19	4.2%	17.9%	8.6%	7.5%	4.1%	12.2%	13.9%	23.1%	8.5%
nov-19	4.2%	17.9%	8.6%	7.5%	4.1%	12.2%	13.9%	23.1%	8.5%
dic-19	4.2%	17.9%	8.6%	7.5%	4.1%	12.2%	13.9%	23.1%	8.5%
ene-20	4.6%	17.5%	8.4%	7.7%	4.0%	12.3%	13.5%	23.7%	8.4%
feb-20	4.6%	17.5%	8.4%	7.7%	4.0%	12.3%	13.5%	23.7%	8.4%
mar-20	4.6%	17.5%	8.4%	7.7%	4.0%	12.3%	13.5%	23.7%	8.4%
abr-20	4.2%	16.8%	8.7%	7.1%	4.2%	12.1%	13.5%	24.9%	8.4%
may-20	4.2%	16.8%	8.7%	7.1%	4.2%	12.1%	13.5%	24.9%	8.4%
jun-20	4.2%	16.8%	8.7%	7.1%	4.2%	12.1%	13.5%	24.9%	8.4%
jul-20	4.2%	16.4%	8.6%	7.0%	4.0%	12.5%	13.2%	26.1%	8.1%
ago-20	4.2%	16.4%	8.6%	7.0%	4.0%	12.5%	13.2%	26.1%	8.1%
sep-20	4.2%	16.4%	8.6%	7.0%	4.0%	12.5%	13.2%	26.1%	8.1%
oct-20	3.8%	14.0%	8.5%	6.1%	3.4%	13.2%	13.0%	29.1%	8.9%
nov-20	3.8%	14.0%	8.5%	6.1%	3.4%	13.2%	13.0%	29.1%	8.9%
dic-20	3.8%	14.0%	8.5%	6.1%	3.4%	13.2%	13.0%	29.1%	8.9%
ene-21	4.1%	13.3%	9.1%	5.6%	3.3%	14.4%	10.6%	30.8%	8.8%
feb-21	4.1%	13.3%	9.1%	5.6%	3.3%	14.4%	10.6%	30.8%	8.8%
mar-21	4.1%	13.3%	9.1%	5.6%	3.3%	14.4%	10.6%	30.8%	8.8%
abr-21	5.5%	15.9%	6.8%	7.8%	5.9%	9.7%	15.5%	29.0%	3.9%
may-21	5.5%	15.9%	6.8%	7.8%	5.9%	9.7%	15.5%	29.0%	3.9%
jun-21	5.5%	15.9%	6.8%	7.8%	5.9%	9.7%	15.5%	29.0%	3.9%
jul-21	4.2%	16.4%	8.6%	7.0%	4.0%	12.5%	13.2%	26.1%	8.1%
ago-21	4.2%	16.4%	8.6%	7.0%	4.0%	12.5%	13.2%	26.1%	8.1%
sep-21	4.2%	16.4%	8.6%	7.0%	4.0%	12.5%	13.2%	26.1%	8.1%

**Tabla 2 | Ponderaciones de los socios turísticos por trimestre. Turismo Emisivo. Años recientes (2018-2021)**

Mes-Año	Bolivia	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	EE.UU. y Canadá	Resto de América	Europa	Resto del Mundo
ene-18	3.4%	16.9%	15.9%	12.5%	7.0%	13.9%	11.4%	14.1%	4.8%
feb-18	3.4%	16.9%	15.9%	12.5%	7.0%	13.9%	11.4%	14.1%	4.8%
mar-18	3.4%	16.9%	15.9%	12.5%	7.0%	13.9%	11.4%	14.1%	4.8%
abr-18	3.2%	17.5%	13.8%	12.5%	7.5%	14.1%	11.8%	14.8%	4.8%
may-18	3.2%	17.5%	13.8%	12.5%	7.5%	14.1%	11.8%	14.8%	4.8%
jun-18	3.2%	17.5%	13.8%	12.5%	7.5%	14.1%	11.8%	14.8%	4.8%
jul-18	3.0%	17.4%	12.7%	12.4%	7.4%	14.5%	11.9%	15.9%	4.8%
ago-18	3.0%	17.4%	12.7%	12.4%	7.4%	14.5%	11.9%	15.9%	4.8%
sep-18	3.0%	17.4%	12.7%	12.4%	7.4%	14.5%	11.9%	15.9%	4.8%
oct-18	2.6%	17.8%	11.1%	11.7%	7.6%	14.8%	12.0%	17.3%	5.1%
nov-18	2.6%	17.8%	11.1%	11.7%	7.6%	14.8%	12.0%	17.3%	5.1%
dic-18	2.6%	17.8%	11.1%	11.7%	7.6%	14.8%	12.0%	17.3%	5.1%
ene-19	2.4%	17.7%	9.6%	10.6%	7.5%	15.1%	12.9%	18.6%	5.6%
feb-19	2.4%	17.7%	9.6%	10.6%	7.5%	15.1%	12.9%	18.6%	5.6%
mar-19	2.4%	17.7%	9.6%	10.6%	7.5%	15.1%	12.9%	18.6%	5.6%
abr-19	2.2%	15.2%	7.3%	10.6%	6.3%	16.8%	14.2%	20.8%	6.5%
may-19	2.2%	15.2%	7.3%	10.6%	6.3%	16.8%	14.2%	20.8%	6.5%
jun-19	2.2%	15.2%	7.3%	10.6%	6.3%	16.8%	14.2%	20.8%	6.5%
jul-19	2.4%	15.9%	6.7%	8.8%	6.3%	17.7%	14.7%	21.0%	6.6%
ago-19	2.7%	16.3%	5.8%	6.6%	8.1%	18.1%	13.3%	22.4%	6.8%
sep-19	2.4%	15.9%	6.7%	8.8%	6.3%	17.7%	14.7%	21.0%	6.6%
oct-19	2.5%	16.3%	6.7%	8.2%	6.3%	18.1%	15.1%	20.0%	6.8%
nov-19	2.5%	16.3%	6.7%	8.2%	6.3%	18.1%	15.1%	20.0%	6.8%
dic-19	2.5%	16.3%	6.7%	8.2%	6.3%	18.1%	15.1%	20.0%	6.8%
ene-20	2.5%	16.0%	6.4%	8.3%	6.2%	18.8%	14.6%	20.2%	7.0%
feb-20	2.5%	16.0%	6.4%	8.3%	6.2%	18.8%	14.6%	20.2%	7.0%
mar-20	2.5%	16.0%	6.4%	8.3%	6.2%	18.8%	14.6%	20.2%	7.0%
abr-20	2.8%	15.6%	5.5%	6.8%	7.1%	19.1%	14.0%	22.1%	7.1%
may-20	2.8%	15.6%	5.5%	6.8%	7.1%	19.1%	14.0%	22.1%	7.1%
jun-20	2.8%	15.6%	5.5%	6.8%	7.1%	19.1%	14.0%	22.1%	7.1%
jul-20	2.7%	16.3%	5.8%	6.6%	8.1%	18.1%	13.3%	22.4%	6.8%
ago-20	2.7%	16.3%	5.8%	6.6%	8.1%	18.1%	13.3%	22.4%	6.8%
sep-20	2.7%	16.3%	5.8%	6.6%	8.1%	18.1%	13.3%	22.4%	6.8%
oct-20	2.1%	17.9%	6.5%	7.0%	10.5%	16.9%	12.8%	19.8%	6.5%
nov-20	2.1%	17.9%	6.5%	7.0%	10.5%	16.9%	12.8%	19.8%	6.5%
dic-20	2.1%	17.9%	6.5%	7.0%	10.5%	16.9%	12.8%	19.8%	6.5%
ene-21	2.2%	21.4%	7.4%	7.0%	14.2%	14.7%	12.5%	16.2%	4.3%
feb-21	2.2%	21.4%	7.4%	7.0%	14.2%	14.7%	12.5%	16.2%	4.3%
mar-21	2.2%	21.4%	7.4%	7.0%	14.2%	14.7%	12.5%	16.2%	4.3%
abr-21	1.9%	7.9%	6.7%	2.9%	6.5%	26.2%	18.8%	27.2%	2.0%
may-21	1.9%	7.9%	6.7%	2.9%	6.5%	26.2%	18.8%	27.2%	2.0%
jun-21	1.9%	7.9%	6.7%	2.9%	6.5%	26.2%	18.8%	27.2%	2.0%
jul-21	2.7%	16.3%	5.8%	6.6%	8.1%	18.1%	13.3%	22.4%	6.8%
ago-21	2.7%	16.3%	5.8%	6.6%	8.1%	18.1%	13.3%	22.4%	6.8%
sep-21	2.7%	16.3%	5.8%	6.6%	8.1%	18.1%	13.3%	22.4%	6.8%

## 4. VARIANTES

Atento a los cambios en el acceso al mercado oficial de cambios que ha experimentado la Argentina en la historia reciente, se decidió construir, en principio, dos ITCRMT diferentes: uno para el turismo receptivo y otro para el turismo emisivo, para explicitar más fielmente la competitividad precio de estos. A su vez, cada uno de estos ITCRMT tienen dos variantes, comentadas a continuación.

### Turismo Receptivo

Para el caso del turismo receptivo se presentan dos variantes:

- el ITCRMT construido con el tipo de cambio nominal **oficial**, y
- el ITCRMT construido con el tipo de cambio nominal **contado con liquidación (CCL)**.

Se presentan estas variantes debido a que, en algunos períodos de la historia cambiaria argentina, el tipo de cambio del mercado paralelo mantuvo valores muy superiores al oficial, generando un incentivo a muchos visitantes a cambiar sus divisas a este tipo de cambio más favorable, por lo que utilizar solo la versión con el tipo de cambio oficial puede no reflejar el verdadero conjunto de factores de decisión disponibles para los visitantes que deben decidir si viajarán a Argentina. Se utiliza el tipo de cambio CCL como proxy del tipo de cambio paralelo.

### Turismo Emisivo

Para el caso del turismo emisivo se presentan dos variantes:

- el ITCRMT construido con el tipo de cambio nominal **oficial**, y
- el ITCRMT **turístico**, construido con el tipo de cambio nominal **oficial más impuestos a la compra de divisas**.

Estas variantes se presentan para reflejar las distintas condiciones de acceso al mercado de cambios oficial que experimentaron los residentes en Argentina en el transcurso de la historia cambiaria. Estas diferentes condiciones de acceso juegan un rol importante en los residentes argentinos al momento de decidir si viajarán al exterior. En la tabla 3 se presentan los meses y años en que el acceso a divisas se vio sujeto a impuestos o percepciones y sus respectivas alícuotas.

**Tabla 3 | Impuestos/Percepciones sobre la adquisición de divisas**

Período	Alícuota	Régimen	Norma
sep-12 a feb-13	15%	Percepción	RG 3378/12 y RG 3379/12
mar-13 a dic-15	20%	Percepción	RG 3450/13
ene-20 a ago-20	30%	Recargo	Ley N° 27.541, art. 35 - Impuesto PAIS
sep-20 a actualidad	65%	Recargo(30%) + Percepción (35%)	Ley N° 27.541, art. 35 - Impuesto PAIS (30%) + RG 4815/20 (35%)

## 5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Los tipos de cambio nominales bilaterales se obtienen de la página web del BCRA (de acuerdo a la evolución de los mercados de divisas<sup>5</sup>), tomando como referencia la cotización de tipo “vendedor” de cada día hábil. Para el caso del tipo de cambio nominal bilateral del peso con respecto al dólar estadounidense se buscó obtener tipos de cambio minorista<sup>6</sup>, por lo que se utilizan datos de ámbito financiero (con información desde 09/04/2002) y del Banco de la Nación Argentina (con información desde el año 2003). Para los períodos sin información de ninguna de estas fuentes se utilizaron los tipos de cambio mayoristas publicados por el BCRA.

Finalmente, se toman promedios mensuales de los tipos de cambio diarios para obtener los tipos de cambio de cada mes.

En cuanto a los índices de precios de los socios turísticos se obtienen de fuentes de información preferentemente pertenecientes a estadísticas oficiales de cada país (ver detalle en la Tabla 4). La serie de IPC de Argentina se construye mediante el método de “empalme hacia atrás” en base al IPC GBA del INDEC hasta diciembre de 2006, al IPC de la provincia de San Luis hasta julio de 2012, al promedio simple de las variaciones de los índices IPC-CABA (de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires) y el IPC San Luis hasta abril de 2016, al IPC GBA del INDEC desde mayo de 2016 hasta diciembre de 2016 y en base al IPC de cobertura nacional de allí en adelante.

<sup>5</sup> Corresponde a tipos de cambio mayoristas debido a que no se publica la serie minorista.

<sup>6</sup> El valor minorista es el tipo de cambio al cual pueden acceder los visitantes internacionales en sus viajes, por lo que es más representativo del turismo que el tipo de cambio mayorista.

**Tabla 4 | Descripción de los índices de precios de las canastas de consumo representativas de los principales socios turísticos de Argentina.**

País	Índice de precios	Fuente	Link
Bolivia	Índice de Precios al Consumidor (IPC)	Banco Central de Bolivia (BCB)	<a href="https://www.bcb.gob.bo/?q=indicadores_inflacion">https://www.bcb.gob.bo/?q=indicadores_inflacion</a>
Brasil	Índice de Precios al Consumidor Amplio (IPCA)	Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE)	<a href="https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/snipc/ipca/tabelas/brasil/">https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/snipc/ipca/tabelas/brasil/</a>
Chile	Índice de Precios al Consumidor (IPC)	Instituto Nacional de Estadísticas (INE)	<a href="https://www.ine.cl/estadisticas/economia/indices-de-precio-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor">https://www.ine.cl/estadisticas/economia/indices-de-precio-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor</a>
Paraguay	Índice de Precios al Consumidor (IPC)	Banco Central del Paraguay (BCP)	<a href="https://www.bcp.gov.py/informe-de-inflacion-mensual-i362">https://www.bcp.gov.py/informe-de-inflacion-mensual-i362</a>
Uruguay	Índice de Precios al Consumidor (IPC)	Instituto Nacional de Estadística (INE)	<a href="https://www.ine.gub.uy/web/guest/indice-de-precios-del-consumo">https://www.ine.gub.uy/web/guest/indice-de-precios-del-consumo</a>
Estados Unidos	CPI for All Urban Consumers (CPI-U)	US Bureau of Labor Statistics	<a href="http://data.bls.gov/cgi-bin/srgate">http://data.bls.gov/cgi-bin/srgate</a>
Canadá	Consumer Price Index (CPI)	Statistics Canada	<a href="https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1810000401">https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1810000401</a>
Colombia	Índice de Precios al Consumidor (IPC)	Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)	<a href="https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ ipc-informacion-tecnica#indices-y-ponderaciones">https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ ipc-informacion-tecnica#indices-y-ponderaciones</a>
México	Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC)	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)	<a href="https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/default.aspx?nc=ca61_2018">https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/default.aspx?nc=ca61_2018</a>
Perú	Índice de Precios al Consumidor (IPC)	Banco Central De Reserva del Perú (BCRP)	<a href="https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01270PM/html">https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01270PM/html</a>
Europa	Harmonised index of consumer prices (HICP)	eurostat	<a href="http://appssso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=prc_hicp_midx&amp;lang=en">http://appssso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=prc_hicp_midx&amp;lang=en</a>
Australia	Consumer Price Index (CPI)	Australian Bureau of Statistics	<a href="https://www.abs.gov.au/AUSSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/6401.0Dec%202019?OpenDocument">https://www.abs.gov.au/AUSSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/6401.0Dec%202019?OpenDocument</a>
China	Consumer Price Index (CPI)	Banco Mundial	<a href="http://data.worldbank.org/data-catalog/global-economic-monitor">http://data.worldbank.org/data-catalog/global-economic-monitor</a>
Nueva Zelanda	Consumer Price Index (CPI)	Reserve Bank of New Zealand (RBNZ)	<a href="http://www.rbnz.govt.nz/statistics/m1">http://www.rbnz.govt.nz/statistics/m1</a>

## 6. BIBLIOGRAFÍA

**BCRA, 2019.** “Índice del Tipo de Cambio Real Multilateral diario”. Disponible en:  
<http://www.bcra.gob.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/TCRMMetodologia.pdf>

**CEPAL, 2018.** “Los números índices y su relación con la economía”. Serie “Metodologías de la CEPAL”. Disponible en:  
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/43974-numeros-indices-su-relacion-la-economia>

# **Argentina unida**



**Ministerio de  
Turismo y Deportes  
Argentina**