

Índice de Precios de Consumo Turístico y Tipo de Cambio Real Turístico para Uruguay, Argentina y Brasil

• MARÍA JOSÉ ALONSOPÉREZ, SILVIA ALTMARK, CECILIA LARA, KARINA LARRUINA¹
Y GABRIELA MORDECKI²

Universidad de la República

RESUMEN

El análisis de la actividad turística dentro de la economía uruguaya, que involucra al Estado, los trabajadores y diversos actores privados, requiere de un indicador sobre la evolución de sus precios específicos y una medida de la competitividad de la misma. En ello se basa la elaboración del Índice de Precios de Consumo Turístico que aquí se realiza para Uruguay, Brasil y Argentina, que permite medir la evolución de los precios de bienes y servicios que son consumidos por los visitantes a dichos países, partiendo de la clasificación de bienes específicos del turismo de la Organización Mundial del Turismo, como un indicador de precios del lado de la demanda.

Una vez hallados estos indicadores, se elaboran los Índices de Tipo de Cambio Real Turístico para poder medir la competitividad de la actividad turística uruguaya con relación a sus principales centros emisores y competidores: Argentina y Brasil.

Ambos indicadores son insumos adecuados para el análisis y la proyección de la demanda turística uruguaya desde estos países. En ese sentido, permitirán modelizaciones para evaluar las variables relevantes de la actividad turística, fundamentales para diseñar políticas y apoyar la toma de decisiones de los actores públicos y privados, con respecto al turismo.

Palabras clave: índice de precios, tipo de cambio real, competitividad, turismo.

ABSTRACT

The analysis of the tourist activity inside the uruguayan economy, which involves the State, the workers and diverse private actors, needs an indicator of the evolution of its specific prices and a measure of its competitiveness. The design of the Tourist Consumption Prices Index for Uruguay, Brazil and Argentina, allows measuring the evolution of the goods and services prices consumed by the visitors to the above mentioned countries, departing from the World Tourism Organization's classification of tourism specific goods, as an indicator of prices from the demand side.

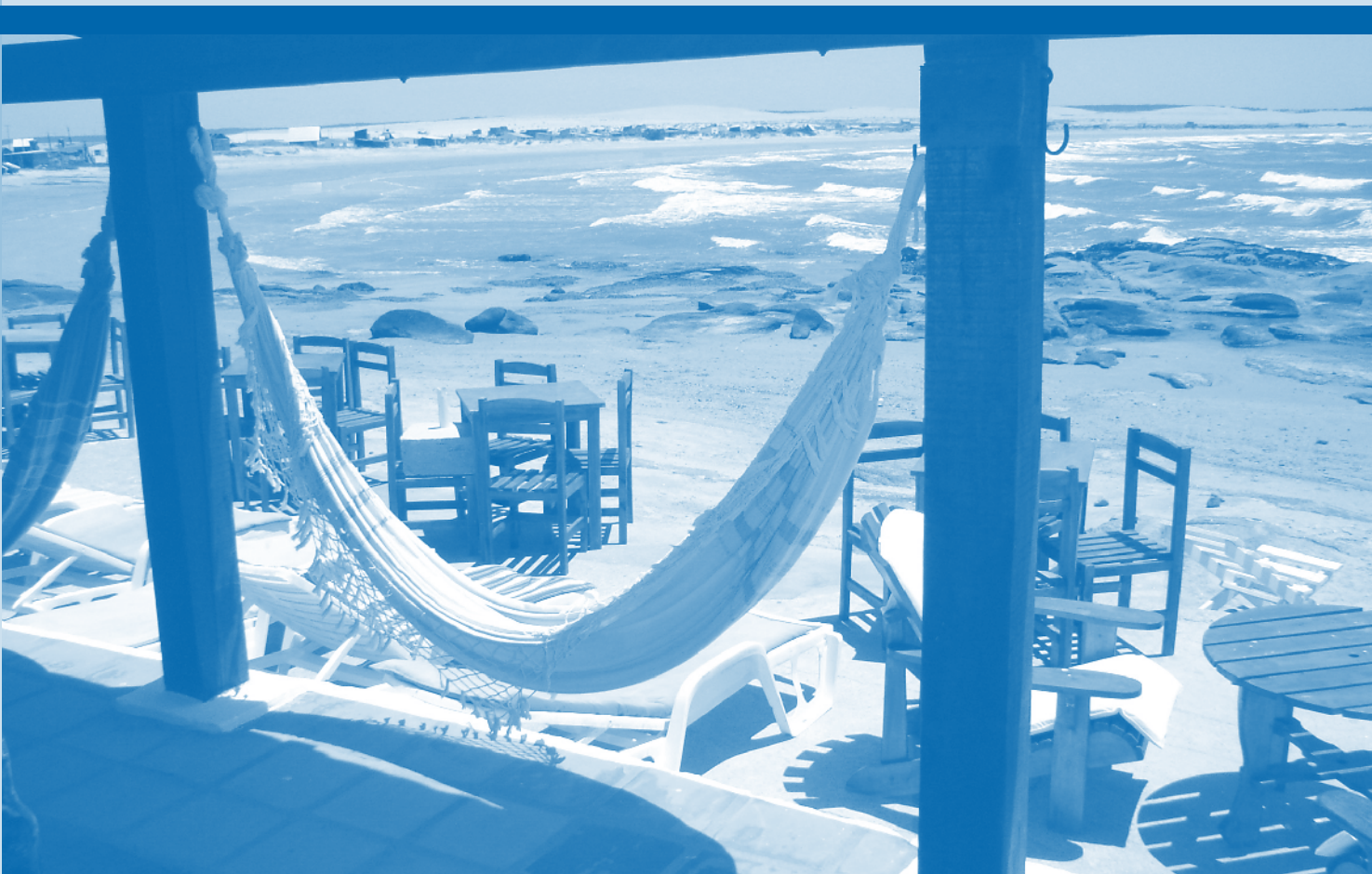
Once found these indicators, Real Tourist Exchange Rate Indexes are developed to measure the uruguayan tourist activity competitiveness in relation to its main inbound tourists and competitors countries: Argentina and Brazil. Both indicators are inputs adapted for the analysis and projection of the Uruguayan tourist demand from these countries. In this sense, they will allow modelling to evaluate the relevant variables of the tourist activity to design policies and to support public and private actors' tourist decision makers.

Keywords: price index, real exchange rate, competitiveness, tourism.

JEL: L8, L83, E31

¹ Investigadoras del Instituto de Estadística de la FCEA, UdelaR, turismo@iesta.edu.uy

² Investigadora del Instituto de Economía de la FCEA, UdelaR, gabriela@iecon.ccee.edu.uy



1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se fundamenta en la necesidad de contar con indicadores de rentabilidad y competitividad de la actividad turística, actividad cuyo aporte al PIB de Uruguay se estima en el orden del 6% -según el ejercicio experimental de la “*Cuenta Satélite de Turismo de Uruguay*”, 2008-2009¹. Este valor es comparable al 9% que representan las actividades primarias -agropecuaria, pesca, extractivas- o al 15% de las industrias manufactureras.

Asimismo, diversos trabajos encuentran la falta de un deflactor específico para el sector, el cual sería el indicado a aplicar en la medición de distintos aspectos económicos, mejorando así el análisis respecto a la utilización del Índice de Precios al Consumo (IPC), de carácter general y recoge los cambios en los precios de la canasta de bienes y servicios representativos del consumo promedio de los hogares, muy diversa de la canasta de consumo turístico.

La importancia de la investigación académica en Economía del Turismo también radica en su papel dentro de las políticas públicas, ya que puede resultar un valioso insumo cuando se tomen decisiones de política económica vinculadas a este sector, al ser es-

caso el desarrollo relativo del enfoque económico en la investigación en turismo en nuestro país. En este sentido, cabe realizar una puntualización acerca de la formación e investigación en turismo existente en Uruguay, a efectos de apreciar el valor del presente trabajo de investigación, enfocado desde las Ciencias Económicas.

La formación de grado en Turismo en Uruguay -Técnicos Universitarios en Turismo y Licenciados en Turismo-, se imparte en Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Si bien se han realizado excelentes trabajos de investigación en esa Facultad, no hay en la UdelaR una línea de investigación académica en turismo desde el punto de vista económico. Esto tendría una posible explicación en la falta de percepción acerca de la importancia del Turismo en la economía uruguaya y también en la insuficiente formación específica. Este último punto se ha comenzado a revertir parcialmente desde el año 2007, con la realización de la Maestría en Economía y Gestión del Turismo Sustentable, en el Centro de Posgrados de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración. Esta Maestría se lleva a cabo en coordinación de la Universidad de la República con la *Università degli*

Studi di Siena, con un enfoque económico, que además incorpora criterios de sustentabilidad en sus tres dimensiones -económica, sociocultural y ambiental-. La Facultad de Ciencias Económicas y de Administración no tiene asignaturas de turismo en las carreras de grado, pero hay antecedentes de trabajos monográficos en la materia. Asumida la insuficiencia de recursos destinados a la obtención de datos y a la investigación del turismo desde la perspectiva económica, el Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay ha apoyado la Maestría en Economía y Gestión de Turismo Sustentable, integrando su Comité de Dirección. También ha incluido este objetivo en el Programa BID de Mejora de la Competitividad de Destinos Turísticos Estratégicos, en cuyo marco se llevó a cabo un Proyecto de dos años para la mejora de la información turística hacia la Cuenta Satélite de Turismo. Dicho proyecto, finalizado en marzo de 2010, contó con asistencia técnica de la Organización Mundial del Turismo (OMT). A su vez algunos gobiernos departamentales formaron parte de proyectos de análisis de *clusters* turísticos, que permiten un abordaje con mayor énfasis en los temas económicos, y han incorporado a sus Direcciones de Turismo, investigaciones específicas en esta área, pero es un abordaje muy incipiente.

Por tanto, este trabajo de investigación tiene como interés adicional contribuir al incremento de conocimientos en el área de la Economía del Turismo. Existen algunos estudios sobre los determinantes económicos del turismo receptivo en Uruguay en los cuales se señala la necesidad de contar con un Índice de Precios Turísticos (Brida, *et. al*, 2008; Montero *et. al*, 2006; Robano, 2000). Dado que el turismo se define por el lado de la demanda, ya que es el visitante² quien determina qué bienes y servicios consumirá durante su estadía, existen estadísticas oficiales sobre turismo receptivo, emisoro e interno, desde esta perspectiva.

Esta investigación se plantea la elaboración de un Índice de Precios de Consumo Turístico (IPCTur) para Uruguay, Argentina y Brasil, que permita medir la evolución de los precios de los bienes y servicios que son consumidos por los visitantes y comparables entre los tres países. En este sentido, este indicador será tomado como una *proxy* de la rentabilidad. Sin embargo, para calcular la rentabilidad sería más preciso calcular un índice desde el lado de la oferta que recogiera la variación de los precios de los servicios ofrecidos a intermediarios, o sea, los precios tomados en la etapa anterior al consumidor final -Índice de Precios Mayoristas-. No obstante, la falta de datos desde el la-

do de la oferta turística en nuestro país, no permite hallar este indicador deseable de rentabilidad.

Por otra parte, el IPCTur es un insumo para la elaboración de Índices de Tipo de Cambio Real Turístico, los cuales permiten obtener una medida de la competitividad de la actividad turística uruguaya en relación a sus principales centros emisores, es decir, los países de donde proviene la mayor parte de los turistas llegados a Uruguay -Argentina y Brasil-.

Los indicadores a construir permitirían contar con información relevante para la toma de decisiones de los diferentes actores, tanto públicos como privados, vinculados al sector turístico, así como para ser aplicados en modelos de demanda turística a fin de realizar predicciones sobre el número de visitantes que ingresarían al país y el gasto que los mismos efectuarían.

En la segunda sección se incluyen los antecedentes encontrados a nivel internacional y local sobre Índices de Precios Turísticos e Índices de Tipo de Cambio Real Turísticos. En la tercera sección se presenta la metodología de cálculo de los siguientes indicadores: Índice de Precios de Consumo Turístico para Uruguay (IPCTurUru), Argentina (IPCTurArg) y Brasil (IPCTurBr), y los Índices de Tipo de Cambio Real Turístico de Uruguay con Argentina (ITCRTurArg), con Brasil (ITCRTurBr) y con la región (ITCRTurReg). El período de análisis considerado es 2000-2010 con base enero 2000=100, y de frecuencia mensual. Asimismo, dentro del IPCTur se reponderaron sus componentes, eliminando el rubro "alojamiento", de manera de obtener un Índice de Precios de Consumo Turístico para excursionistas, es decir los visitantes que no pernoctan en el lugar de destino. Si bien en Uruguay los excursionistas representan el 5% del total de visitantes, se entendió conveniente obtener este Índice como *proxy* del deflactor a utilizar por parte de quienes no tienen que asumir gastos de alojamiento propiamente dichos, por hospedarse en casa de familiares o amigos o en sus segundas residencias. En la cuarta sección se muestran los resultados obtenidos y se realizan comentarios. Finalmente, se señalan los desafíos que plantea la temática para investigaciones futuras.

2. ANTECEDENTES

En el presente apartado se ha intentado recoger la información existente sobre la elaboración de Índices de Precios de la Actividad Turística en algunos países.

En primer lugar, en España se calcula el Índice de Precios Turísticos a partir de un Índice de Precios Hoteleros, al que se le agregaron otros alojamientos



turísticos y, posteriormente, se extendió a las restantes actividades turísticas. Sin embargo, éste es un índice de precios desde el lado de la oferta y no desde la demanda, como el que se propone construir en la presente investigación. Mientras el IPC mide la evolución temporal del nivel de precios de bienes y servicios de consumo pagados por los hogares residentes -en el caso de España, incluyendo el servicio de alojamiento hotelero-, el Índice de Precios Hoteleros (IPH) mide la evolución de los precios percibidos por los empresarios, considerando a todos sus clientes -no sólo los hogares-, es decir, es la evolución de los precios facturados por los hoteleros españoles.

En segundo lugar, en la isla de Macao en el continente asiático, se elabora un indicador que mide los cambios de los precios de bienes y servicios consumidos por los visitantes, por lo tanto, este índice de precios está construido del lado de la demanda. La estructura de consumo del Índice de Precios Turísticos se deriva de una Encuesta de Gastos realizada a visitantes, incluyendo excursionistas y turistas. A los visitantes se les solicita información del tipo de gastos, cantidad y locales de compra. El Índice de Precios Turísticos que tiene como base 1999-2000, se compone de 89 ítems de bienes y servicios agrupados en ocho secciones especialmente vinculadas al turismo. Los encuestadores del Servicio de Estadísticas y Censo visitan los locales seleccionados para recoger información de los precios, quienes además tienen que registrar cuáles son las razones de que ciertos precios y servicios ten-

gan un cambio de precio significativo.

En lo que se refiere a nuestro país, se cuenta con el Índice de Precios al Consumo, desde el año 1914 con base en 1913, siguiendo con permanentes actualizaciones, que desembocan en el índice actual que elabora el Instituto Nacional de Estadística con base marzo de 1997=100. Por otra parte, la Comunidad Europea y los países del Mercosur y Chile, iniciaron el proceso de armonización de los Índices de Precios al Consumidor (IPC) con la finalidad de contribuir al avance del análisis comparativo de la inflación de los países considerados.

A lo largo de la presente investigación se llevaron a cabo revisiones bibliográficas vinculadas con el tema en cuestión, y de las mismas no se pudo constatar la existencia de antecedentes de elaboración del tipo de cambio real de la actividad turística para nuestro país. A nivel nacional, lo único que se dispone es el tipo de cambio real sectorial bilateral con Argentina y Brasil elaborado por el Instituto de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración (UdelaR), donde se estudian los sectores: agropecuario, productos alimenticios, papel y derivados, productos metálicos maquinaria y equipo, productos textiles, materiales plásticos y material de transporte (Mordecki, 2000).

Los investigadores en Uruguay que han realizado trabajos vinculados al turismo, han utilizado el tipo de cambio real global como medida de competitividad. Como ya se ha señalado, el tipo de cambio real es

una medida macroeconómica de la competitividad-precio del país, no específica para el sector, y de ahí la importancia de construir un tipo de cambio real para la actividad turística.

Finalmente, de la información recogida en nuestra investigación se desprende que Uruguay sería el primer antecedente en el cálculo de indicadores de rentabilidad y competitividad turística en la región.

3. METODOLOGÍA

3.1. Definición de los Índices de Precios de Consumo Turístico y de Tipo de Cambio Real Turístico

Para intentar medir la rentabilidad del sector, se procederá a la elaboración de un Índice de Precios de Consumo Turístico (IPCTur) tomando como punto de partida el Índice de Precios al Consumo (IPC). Es decir, se considerarán las mismas definiciones de gasto, la misma fórmula de cálculo, la misma población de referencia y los mismos criterios de valuación de los gastos de consumo del Índice de Precios al Consumo de los tres países. En los tres casos se calcula un índice ponderado de base fija, es decir, es un Índice de Precios de Laspeyres (IPL), cuya fórmula para el período t, con base en el período 0 es la siguiente:

$$IPL^t_0 = \sum_i \frac{P_i^o Q_{i^{sup}}^o}{\sum_i P_i^o Q_i^o} \frac{P_i^t}{P_i^o} \quad \frac{P_i^o Q_i^o}{\sum_i P_i^o Q_i^o} = w_i$$

donde

i = bien o servicio que pertenece al conjunto de bienes consumido

P_i = precio por unidad del bien o servicio i

Q_i = cantidad consumida del bien o servicio i

w_i = importancia en el gasto total que tiene el gasto del bien i

Los bienes y servicios que pertenecen al conjunto de bienes consumidos por turistas se definen tomando como punto de partida la lista de productos elaborada por la Organización Mundial de Turismo. Este organismo discrimina dos categorías: productos específicos del turismo -incluidos productos característicos del turismo y conexos- y productos no específicos del turismo -todos aquéllos que no tienen un interés directo para el turismo-. Se entiende por productos característicos del turismo los que representan una parte importante del consumo turístico, o cuyos compradores principales son los visitantes.

El IPCTur servirá de base para elaborar un Índice de Tipo de Cambio Real Turístico, de modo de medir la evolución de la capacidad de competencia del país frente a sus principales centros emisores y competidores en materia turística: Argentina y Brasil. Esto quiere decir que es desde Argentina y Brasil de donde provienen mayoritariamente los turistas que recibe Uruguay y, a su vez, estos países compiten con Uruguay por los turistas extrarregionales. En lo regional, Brasil trata de captar a los argentinos que podrían vacacionar en Uruguay.

Para obtener una medida de la competitividad de la actividad turística uruguaya se elaborarán Índices del Tipo de Cambio Real Turístico bilaterales de Uruguay con Argentina (ITCRTurArg), con Brasil (ITCRTurBr) y con la región en su conjunto (ITCRTurReg). Se tomará la definición de Tipo de Cambio Real como el costo de una canasta de bienes extranjeros expresados en moneda nacional, con respecto al costo de la misma canasta de bienes domésticos, o sea, el precio relativo de la canasta de bienes y servicios turísticos en Uruguay y en los centros emisores turísticos.

De acuerdo con la teoría de la paridad de poder de compra (PPP), el tipo de cambio real de corto plazo puede formularse como:

$$TCR = \frac{EP^*}{P}$$

donde

TCR = tipo de cambio real

E = tipo de cambio nominal

P^* = índice de precios internacionales

P = índice de precios nacionales

3.2. Procedimiento general de elaboración del IPCTur y del IPCTur sin alojamiento

En primer lugar se relevaron y analizaron las metodologías de construcción de los Índices de Precios de cada uno de los tres países y las listas de productos específicos y no específicos de turismo de la Organización Mundial del Turismo, a fin de determinar la canasta para el IPCTur en sus componentes y sus pesos relativos.

En segundo lugar se seleccionó el período base a enero 2000=100, tomando en cuenta aspectos metodológicos de los tres países y atendiendo la recomendación particular para los números índice de no estar muy alejados en el tiempo y cumplir el criterio de “normalidad”, en el sentido de no reflejar situaciones no habituales, es decir coyunturas particulares, sean favorables o no.



Luego se realizó un análisis para determinar los rubros a incluir en las canastas de bienes y servicios del IPCTur, atendiendo a la apertura utilizada en las estadísticas de gasto de los turistas que elabora el Ministerio de Turismo y Deporte: Restauración, Alojamiento, Transporte, Esparcimiento y Compras.

En la determinación de los componentes de estos rubros se aplicaron dos criterios: uno descriptivo y otro operativo.

1. Descriptivo, a efectos de reflejar el gasto en consumo turístico: se toman los Productos Específicos de Turismo -Característicos y Conexos- y algunos Productos no Específicos de Turismo, pero que forman parte de los gastos que se realizan habitualmente por parte de los visitantes.
2. Operativo, a efectos de permitir la actualización mensual del IPCTur se usa la apertura por subrubros que el INE (Uruguay) publica mensualmente.

A posteriori se procedió a ajustar las canastas de cada país para mantener estos criterios y definir una canasta común de bienes y servicios de consumo turístico. Este ajuste implicó la no inclusión de rubros generales de consumo, como el transporte terrestre que en el IPC de Uruguay tiene un peso relativo importante, pero refleja los hábitos de consumo de los hogares en su conducta general, no cuando están haciendo turismo -producto de la elevada incidencia del boleto urbano-. Vinculado al tema transporte, al no

disponerse de la apertura mensual en Uruguay para el servicio de “taxi”, que es un producto específico del turismo, se tomó la decisión de no tomarlo en la canasta turística común a los tres países. Por lo tanto, el IPCTur toma en cuenta solamente los transportes aéreo y fluvial.

Otro rubro que tuvo que ser explorado cuidadosamente fue el de compras, donde a priori se ubica la adquisición de *souvenirs* y de artículos típicos de cada país. A modo de ejemplo, en el caso de Uruguay y Argentina correspondería a la compra de prendas de cuero, y en Brasil a las prendas de algodón. Se estudiaron los ponderadores correspondientes a estos artículos en las canastas de los IPC de cada país, y se observó una disparidad muy elevada entre ellos, impidiendo una comparación entre las compras realizadas por turistas en los tres países. Por ello, se decidió tomar otros productos que contemplaran gastos vinculados al turismo dentro del rubro compras, considerando los siguientes elementos:

1. Se incluyeron rubros de artículos de cuidado personal, tabaco e insumos para fotografía, presentes en las canastas de los tres países, lo que permite la comparabilidad.
2. Al ser las compras una parte importante del gasto del turista, se asumió el supuesto implícito de que los precios de los bienes que integran las compras evolucionarían en forma similar al Índice general.

CUADRO 1

Alojamiento utilizado por los turistas (2009, % sobre total)

Hotel	39,1%
Vivienda propia	9,2%
Vivienda arrendada	8,7%
Vivienda familia/amigos	35,7%
Camping	2,0%
No utilizó	3,3%
Apart hotel	1,0%
Tiempo compartido	0,1%
Otros - Sin datos	0,9%
TOTAL	100,0%

Fuente: Ministerio de Turismo

Dentro del rubro restauración se contemplan las comidas fuera del hogar y la compra de comidas elaboradas.

En cuanto al rubro alojamiento, una limitante a la hora de construir el IPCTur es que no se pudo considerar el gasto turístico de alojamiento en segundas residencias ni en inmuebles alquilados, a pesar de ser muy importante en el caso de los turistas que llegan a nuestro país. La discriminación de turistas por tipo de alojamiento para el año 2009 (Cuadro 1) muestra que la vivienda propia y arrendada es casi del 20%, lo cual puede explicarse por el perfil de los mismos, con fuerte presencia de uruguayos residentes en el exterior y argentinos propietarios de inmuebles en zonas turísticas y un importante número de turistas que vacacionan hospedándose en viviendas alquiladas.

Se calcula también el IPCTur sin alojamiento, a fin de contar con un indicador aplicable a los excursionistas, es decir los visitantes que no pernoctan, ya que este rubro no los afecta. Si bien los excursionistas son solamente el 5% de los visitantes, lo que no ameritaría la construcción de un índice específico, se entendió oportuno elaborar este índice a fin de aplicarlo al importante número de turistas que se hospedan en vivienda de familiares y amigos (más del 35%), quienes no tienen gasto de alojamiento. Por otra parte, los propietarios de segundas residencias incurren en otro tipo de gastos asociados al alojamiento, sin ser alojamiento propiamente dicho: contribución inmobiliaria, impuestos y tasas municipales, gastos de mantenimiento del inmueble, gastos comunes en el caso de apartamentos, entre otros. Desde el punto de vista metodológico, el IPCTur sin alojamiento consiste en reponderar el IPCTur quitando el rubro alojamiento del mismo.

3.2.1. ELABORACIÓN DEL ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMO TURÍSTICO DE ARGENTINA (IPCTurArg)

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) calcula el Índice de Precios al Consumidor del Gran Buenos Aires (IPC-GBA), el que se encuentra disponible desde el año 1924 y con el que se busca medir la evolución de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares residentes en la Ciudad de Buenos Aires y los 24 partidos del Gran Buenos Aires.

Desde entonces, en los años 1933, 1943, 1960, 1974, 1988, 1999 y 2008 se llevaron a cabo distintas revisiones del índice. En cada una de ellas se introdujeron modificaciones en cuanto a las características de la población de referencia, la selección de los bienes y servicios que componen la canasta, los procedimientos de recolección de los precios y los métodos de cálculo del índice.

Para la elaboración del IPCTur, que toma como año base enero de 2000, se consideran las dos últimas actualizaciones de la estructura de ponderación del IPC-GBA base 1999, cuyas ponderaciones tienen como fuente de información la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 1996-1997.

La última modificación del IPC-GBA, realizada en el año 2008, se basa en cambios en la estructura de ponderaciones, el tratamiento de variedades con alta estacionalidad -Frutas, Verduras, Indumentaria y Calzado, donde se utilizan canastas estacionales en el cálculo del IPC-, la actualización de la muestra de locales informantes y la periodicidad con la que se difundirá la información. La fuente de información utilizada para la estimación de la estructura del gasto de los hogares y la selección de la canasta de bienes y servicios para el cambio de base del IPC-GBA es la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2004-2005 (ENGH).

La población de referencia de la Encuesta de Gastos e Ingresos de los Hogares del año 1996-1997 son hogares residentes en el área geográfica Capital Federal y 24 partidos del Gran Buenos Aires, la cual se mantiene en la Encuesta de Gastos e Ingresos de los Hogares del año 2004-2005.

En los índices de precios al consumidor, las ponderaciones se calculan como proporciones del gasto de consumo de cada una de las clases de bienes y servicios, a partir de los datos proporcionados por una encuesta a los hogares y se actualizan -mediante la realización de una nueva encuesta- cuando de-



jan de reflejar adecuadamente la realidad.

Para el IPC-GBA base 1999, enmarcándose en el Sistema de Cuentas Nacionales, se incluye como gasto de consumo, además de lo gastado por los hogares en bienes y servicios de consumo individual, el valor de los bienes y servicios recibidos en pago por el trabajo de los miembros del hogar así como los bienes obtenidos de la producción propia del hogar o retirados del propio negocio para consumo del hogar.

Por otra parte, se excluyen los gastos que no son considerados como de consumo -intereses, impuestos, aportes jubilatorios, cuotas de préstamos o deudas, donaciones o transferencias a otros hogares o a instituciones sin fines de lucro, etcétera-, otras salidas de dinero imputables a la inversión física o financiera del hogar -compra de viviendas, pago de cuotas a círculos de compra, amortización de préstamos, compra de acciones, realización de depósitos bancarios, etcétera- y el valor imputado al servicio habitacional proporcionado por las viviendas utilizadas por sus propios dueños.

Para realizar los agrupamientos de bienes y servicios se consideró el tipo de necesidad que se satisface con el gasto, la separación entre bienes y servicios y la similitud de características físicas o funcionales, lo que derivó en una desagregación del nuevo índice en 9 capítulos, 26 divisiones, 65 grupos, 123 subgrupos, 182 productos y 818 variedades.

Para el nuevo índice base 2008 se mantienen estos criterios metodológicos, sin embargo, con el análisis

de la nueva Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2004-2005 (ENGH) se determinó un cambio en las mediciones de las variedades cuyo comportamiento presenta marcada estacionalidad -Frutas, Verduras, Indumentaria y Calzado-, a las que se les dio un tratamiento especial a través de la incorporación de canastas estacionales en el cálculo del IPC.

Esto modifica la estructura de ponderaciones con el siguiente nivel de apertura: Nivel general, 9 capítulos, 24 divisiones, 54 grupos, 94 subgrupos, 132 productos, 440 variedades, y las cinco canastas estacionales.

Para la elaboración del IPCTur de Argentina, se definen dos estructuras de canasta turística, la primera con ponderadores de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 1996-1997 y la segunda con los correspondientes a la Encuesta 2004-2005.

El total de las ponderaciones de los bienes y servicios del IPC-GBA que son incluidos en la canasta turística asciende a 17,304 para el año 1999, ya que existe información respecto a la evolución de los precios de los distintos productos, y permite contemplar además el caso de los excursionistas -sin alojamiento-.

Sin embargo, en el caso de la canasta del año 2008, si bien cuenta con cantidad de rubros que permiten elaborar una completa canasta turística, existen grandes limitaciones en lo que respecta a la información. Esto lleva a considerar solamente algunos de los capítulos de la misma, es decir, la totalidad de Alimentos y bebidas, esparcimiento y otros bienes y

servicios, lo que asciende a un 49,24 del total.

Una vez que se calcula la reponderación, se obtienen los ponderadores de las canastas turísticas que forman parte del IPCTur, un índice de *Laspeyres* de base enero 2000=100. A partir del año 2008, se calcularon las dos series de índices: uno con la estructura de la canasta 1996-97 hasta abril 2008 y otro con la estructura de la canasta 2004-05, disponible hasta febrero 2010, ambos con base enero 2000=100 empalmándose ambas para disponer de toda la serie a partir de mayo de 2008 (ver Anexo).

3.2.2. ELABORACIÓN DEL ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMO TURÍSTICO DE BRASIL (IPCTurBr)

El Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística produce el Índice de Precios al Consumidor Ampliado -de ahora en adelante le llamaremos IPCA- desde 1979, el cual refleja los cambios en los precios y los pesos de la canasta de consumo. Los pesos reflejan los padrones de consumo de la población estudiada en un determinado período de tiempo, los cuales permiten actualizar los índices producidos. Previo a 1979 se calculaban otros índices de precios al consumidor.

El objetivo del IPCA es medir las variaciones de precios referentes al consumo personal.

Para la elaboración del IPCTur se considera como punto de partida enero 2000, eso significa que se tomarán en cuenta dos actualizaciones de las estructuras de ponderación del IPCA para el caso de Brasil.

La primera de las actualizaciones a considerar es la realizada con la Encuesta de Gastos Familiares de 1995-1996, la cual fue tomada en cuenta para el cálculo del IPCA en la base agosto de 1999=100.

Una segunda actualización -vigente hasta el presente- se llevó adelante con base julio de 2006=100, con las ponderaciones que surgieron de la Encuesta de Gastos Familiares realizada en 2002-2003.

En suma, se trabaja con dos series de IPCA que deben ser empalmadas y llevadas a base enero 2000. Para ello deben tomarse en cuenta las estructuras de ponderaciones de las Encuestas de Gastos Familiares 1995-1996 y 2002-2003.

Para los cálculos del IPCA base agosto 1999=100 y base julio 2006=100 la población objetivo fue definida según dos parámetros:

1. Cobertura - Por encima del 90% de las familias residentes en las áreas urbanas de alcance del Sistema Nacional del Índice de Precios al Consumi-

dor, cualquiera sea la fuente de ingresos, de modo de asegurar cobertura próxima a la totalidad.

2. Estabilidad de la estructura de consumo - Son excluidos los extremos de la distribución, o sea, aquellas familias cuyos rendimientos están por debajo de un salario mínimo y aquéllas con ingresos muy altos. Los argumentos son la inestabilidad y la atipicidad de los hábitos de consumo de las familias componentes de estos segmentos.

Más precisamente, en la construcción del IPCA base agosto 1999=100 y base julio 2006=100 se define la población objetivo como de residencia urbana cuyo ingreso monetario disponible se encuentra entre uno y cuarenta salarios mínimos, sin importar las fuentes de ingreso. Los pesos actualizados para el índice base agosto de 1999 fueron obtenidos de la Encuesta de Gastos Familiares que fue realizada en las regiones metropolitanas de Belén, Fortaleza, Recife, Salvador, Bello Horizonte, Río de Janeiro, San Pablo, Curitiba, Porto Alegre, Brasilia y Goiania en el período de setiembre de 1995 a octubre 1996. Mientras que los pesos actualizados para la nueva base julio 2006=100 fueron obtenidos de la Encuesta de Gastos Familiares realizada en las regiones metropolitanas ya mencionadas para el IPCA base agosto 1999=100, siendo esta vez la encuesta llevada a cabo entre julio 2002 y julio 2003.

Para los IPCA de base agosto 1999 y julio 2006 se calculó por cada región seleccionada la estructura de ponderación que surge a partir de las respectivas Encuestas de Gastos Familiares de los años 1995-1996 y 2002-2003. A su vez se deben considerar los pesos regionales, los cuales son necesarios para poder hallar el IPCA a nivel del total del país que agrupa las 11 regiones, determinados por el porcentaje de población residente urbana de cada región sobre el total (ver Anexo).

Se observa que en las listas de subítems de las estructuras y respectivas ponderaciones asociadas es donde se reflejan las particularidades regionales y de cada población objetivo. Un mismo subítem puede existir en una región y no en otra, por ello, a nivel de ítem, la clasificación de bienes y servicios del IPCA es construida de modo de garantizar la existencia de todas las categorías en ese nivel de agregación en las estructuras de ponderaciones. Así, los ítems cuando son agregados de carácter nacional -total de las áreas- deben ser comunes a las diferentes estructuras, posibilitando el análisis comparativo de



los resultados del IPCA.

En el caso de Brasil, se definen dos estructuras de canastas turísticas, la primera de ellas con ponderadores de la Encuesta de Gastos Familiares (EGF) de los años 1995-1996 y la segunda con los correspondientes a 2002-2003.

En las dos canastas turísticas elaboradas para Brasil el rubro restauración se contempla en “alimentos fuera del hogar”, mientras que “alojamiento, esparcimientos, tabaco e insumos para fotografía” se encuentran dentro de “recreación, cigarrillos y películas”, el gasto en transporte se encuentra en “transporte” -que incluye combustible-, y por último las compras de higiene personal se ubican en “cuidados personales”.

Cuando se comparan las composiciones de las dos canastas turísticas consideradas, se observa que “navío”, “teatro” y “disco”, dejan de relevarse en la EGF 2002-2003, mientras que “disco láser” aparece en la EGF 2002-2003 -no habiéndose encontrado en la EGF 1995-1996-.

El total de las ponderaciones de los bienes y servicios del IPCA que son incluidos en la canasta turística asciende a 15,2739 para el año 1999 y 18,2268 para el año 2006 (ver Anexo).

Una vez que se calcula la reponderación, se obtienen los ponderadores de las canastas turísticas que forman parte del Índice de Precios de Consumo Turístico *Laspeyres* base enero 2000=100.

En el caso de Brasil se encuentran disponibles las variaciones mensuales de los precios de cada grupo, subgrupo, subítem e ítem, a partir de las cuales se construyen los índices de precios de los bienes y servicios considerados en la canasta turística con base enero 2000=100.

Una vez hallados los índices de precios de los bienes y servicios, se toman los ponderadores entre enero 2000 y junio 2006, y entre julio 2006 y febrero 2010; y finalmente se crea el IPCTur de Brasil con frecuencia mensual a base enero 2000=100.

3.2.3. ELABORACIÓN DEL ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMO TURÍSTICO DE URUGUAY (IPCTurUru)

El Índice de Precios al Consumo de Uruguay (IPC) es calculado mensualmente por el Instituto Nacional de Estadística (INE), a fin de estimar “*las variaciones de los precios de bienes y servicios consumidos por los hogares*” (INE, 1996), a partir de una canasta de bienes y servicios que recoge la estructura de gastos de los mismos.

El Índice de los Precios del Consumo se refiere al Consumo de los Hogares de acuerdo a la definición que se utilizó en la EGIH 1994-1995, en el apartado de la metodología de dicha encuesta: “*Se consideran Gastos de Consumo los destinados a satisfacer necesidades del hogar en bienes duraderos y no duraderos y en servicios, siempre que no estén destinados a incrementar el patrimonio del hogar (inversión)...*” (INE, 1996).

Desde 1914 historiadores económicos del Uruguay calculaban el Índice de Precios al Consumo (IPC).

La fórmula utilizada ha sido siempre un índice de precios *Laspeyres*, lo que significa que se realiza la hipótesis de que las cantidades del período base de ponderación se mantienen constantes a lo largo del tiempo.

El período base considerado es marzo de 1997 y la fuente de información utilizada para la estimación de la estructura del gasto de los hogares y la selección de la canasta de bienes y servicios es la Encuesta de Gastos e Ingresos de los Hogares (EGIH) 1994-1995, realizada en Montevideo y en Colonia, Durazno, Maldonado, Rivera y Salto. El IPC que se presenta parte de los resultados de la encuesta para el departamento de Montevideo.

Para la elaboración del IPCTur se toma como base enero de 2000, lo que implica que se repondera la estructura original del índice.

El IPC base marzo de 1997 se refiere a la población de Montevideo. Por lo tanto, la población de referencia del IPC base marzo 1997 es el total de hogares particulares residentes en el área urbana de Montevideo.

El actual IPC utiliza los mismos criterios de valoración que en la EGIH 1994-1995, en cuanto al momento en que se registra el gasto y el tipo de precio que se toma. Con respecto al primero, el criterio es el de lo adquirido, con excepción de los servicios

vinculados a la vivienda como ser electricidad, gas, agua y teléfono, donde el criterio corresponde al de consumo pagado. Con respecto al precio, se toma el precio comprador o sea el precio contado pagado efectivamente, incluyendo los impuestos indirectos abonados por el comprador y excluyendo los intereses por las compras a crédito. Los gastos por el servicio de la tarjeta de crédito se toman por separado, pues constituyen un gasto de consumo asociado al servicio de disponer de este medio de pago.

No son imputables al consumo una serie de desembolsos que realiza el hogar como ser impuestos directos, multas, sanciones, timbres, primas por seguro de vida, ampliación de la vivienda de propiedad del hogar -cuando se puede considerar como inversión-, cuota por pago de la vivienda propia, consumo intermedio en la actividad económica desarrollada por el hogar o sus miembros, ayudas, regalos e indemnizaciones en dinero a otras personas -no integrantes del hogar- o a instituciones sin fines de lucro.

No se considera como gasto de consumo para el IPC base marzo 1997, el valor imputado por el uso de la vivienda propia -valor locativo-.

En el caso de Uruguay, luego de estudiar sus componentes, compararlos con los rubros definidos por la OMT como característicos o afines, considerando la apertura con que el INE publica mensualmente las actualizaciones del IPC, se decidió incluir los rubros y sub-rubros que se detallan a continuación:

- Restauración: Comidas elaboradas y Comidas fuera del hogar.
- Alojamiento: Turismo y Alojamiento.
- Transporte: Combustibles y lubricantes y Transporte aéreo.
- Esparcimiento: Entrada a espectáculos, Actividades recreativas y Otros gastos en esparcimiento.
- Compras: Cuidados y efectos personales y Tabaco.

Como ya se mencionó, este grado de apertura es el que se toma como punto de referencia a la hora de presentar los resultados de los tres países. En los casos de Brasil y Argentina las estructuras de ponderaciones se presentan en un Anexo.

Una vez que se reponderan los índices originales, se obtienen los ponderadores de las canastas turísticas que forman parte del Índice de Precios al Consumo Turístico base enero 2000=100.

En el caso de Uruguay se encuentran disponibles las variaciones mensuales de los precios de cada



grupo y subgrupo, a partir de las cuales se construyen los índices de precios de los bienes y servicios considerados en la canasta turística con base enero 2000=100.

Una vez hallados los índices de precios de los bienes y servicios se multiplican por un conjunto de ponderadores marzo 1997. De la sumatoria de este producto -índices de precios por ponderadores- se conforma el Índice de Precios al Consumo Turístico de Uruguay con frecuencia mensual a base enero 2000=100.

3.3. Procedimiento de elaboración del ITCRTur

Para la elaboración de los Índices de Tipos de Cambio Real Turísticos entre Uruguay y Argentina, Uruguay y Brasil, así como también Uruguay con la región; se toma como referencia el documento metodológico “Nota técnica: diferentes mediciones de la competitividad en el Uruguay 1980-1995. Quantum. (Mordecki, 2000)”. Dicho documento fue utilizado por su

autora para la elaboración de un tipo de cambio real bilateral con Argentina y Brasil en los siguientes sectores: Sector agropecuario, Productos alimenticios, Papel y derivados, Productos metálicos, maquinaria y equipo, Productos textiles, Materiales plásticos y Material de transporte.

En la citada metodología se toma la definición de Tipo de Cambio Real como el costo de una canasta de bienes extranjeros expresado en moneda nacional, con respecto al costo de la misma canasta de bienes domésticos.

Dado que en la primera parte de la investigación se elaboraron los Índices de Precios al Consumo Turístico (IPCTur) para los tres países en cuestión con base enero 2000=100, en la fórmula de Índice de Tipo de Cambio Real bilateral adaptada al turismo (ITCRTur), Pt* corresponde al Índice de Precios al Consumo Turístico de Brasil y de Argentina respectivamente, Pt al Índice de Precios al Consumo Turístico de Uruguay y E al Índice de Tipo de Cambio Nominal entre Uruguay y sus países vecinos respectivamente.

Por lo tanto, las fórmulas de cálculo del Índice de Tipo de Cambio Real Turístico de Uruguay con Brasil, con Argentina y con la región, son las siguientes:

a. $ITCRTurBr = EP_t^*/P_t$

donde ITCRTurBr = Índice de Tipo de Cambio Real Turístico entre Uruguay y Brasil

E = Índice de Tipo de Cambio Nominal entre real y peso uruguayo

P_t^* = Índice de Precios al Consumo Turístico de Brasil

P_t = Índice de Precios al Consumo Turístico de Uruguay

b. $ITCRTurArg = EP_t^*/P_t$

donde ITCRTurArg = Índice de Tipo de Cambio Real Turístico entre Uruguay y Argentina

E = Índice de Tipo de Cambio Nominal entre peso argentino y peso uruguayo

P_t^* = Índice de Precios al Consumo Turístico de Argentina

P_t = Índice de Precios al Consumo Turístico de Uruguay

Por otra parte, dado que los turistas argentinos y brasileños son una importante fuente de divisas para nuestra economía, resulta de gran relevancia la construcción de un indicador resumen que mida la competitividad de nuestro país con la región. Para ello, se puede construir un Índice de Tipo de Cambio Real Turístico entre Uruguay y la región -Argentina y Brasil- utilizando como ponderadores el peso del gasto turístico que los visitantes provenientes de cada uno de estos países realiza en Uruguay en cada año corriente. Una vez obtenidos los ponderadores se procede a calcular un Índice de Tipo de Cambio Real Turístico Regional.

c. $ITCRTurReg = \alpha_t (E_{Uru-Arg} P_{Arg}^*/P_{Uru}) + \beta_t (E_{Uru-Br} P_{Br}^*/P_{Uru})$

donde ITCRTurReg = Índice de Tipo de Cambio Real Turístico entre Uruguay y la región

α_t = Peso del gasto turístico de visitantes argentinos en el año corriente t

β_t = Peso del gasto turístico de visitantes brasileiros en el año corriente t

$E_{Uru-Arg}$ = Índice de Tipo de Cambio Nominal entre peso argentino y peso uruguayo

E_{Uru-Br} = Índice de Tipo de Cambio Nominal entre real y peso uruguayo.

P_{Arg}^* = Índice de Precios al Consumo Turístico de Argentina

P_{Br}^* = Índice de Precios al Consumo Turístico de Brasil

P_{Uru} = Índice de Precios al Consumo Turístico de Uruguay

Con respecto a los tipos de cambio utilizados, se considera que debe ser el relevante para la actividad turística. En Brasil existe un mercado paralelo del dólar, con ciertas restricciones a la libre compra de divisas, por lo que se consideró que ésta era la cotización relevante para incluir en este índice. Para Argentina y Uruguay se consideró la única cotización de la divisa.

4. PRINCIPALES RESULTADOS Y COMENTARIOS

4.1. Evolución del IPCTur e IPCTur sin alojamiento

Se han elaborado las series del IPCTur de Uruguay, Argentina y Brasil, con base en enero de 2000 y se ha realizado la comparación de cada uno de ellos con los IPC generales de cada país.

La evolución del IPCTur en Uruguay, a partir de marzo de 1997, es muy similar al IPC general, pero muestra un salto a mediados de 2002, vinculado a la fuerte aceleración que experimentó la inflación en ese año. Mientras que en 2001 la inflación en Uruguay fue de 3,6%, en 2002 la misma alcanzó a 25,9%, considerada diciembre a diciembre. Además, la aceleración inflacionaria estuvo vinculada a la importante devaluación del peso que se dio en 2002 (93,2%), lo que impactó fundamentalmente en los rubros transables, los cuales en su mayoría forman parte del IPCTur (ver gráfico 1).

La evolución del IPCTur de Argentina es similar, a grandes rasgos, a la que se observa en Uruguay, ya que el fenómeno de la devaluación en 2002 y su pasaje a precios ocurrió en forma similar en Argentina y en Uruguay, con un desfase temporal de algunos meses. Mientras que en Argentina el fenómeno se desencadenó en enero de 2002 con el abandono de la convertibilidad, en Uruguay el abandono del tipo de cambio fijo se dio a mediados de junio de 2002. Sin embargo, la magnitud de la variación del tipo de cambio en Argentina fue muy superior a Uruguay, verificándose un incremento de 249% en el peso argentino en diciembre de 2002, en relación a igual mes de 2001. En el mismo período la inflación en Argentina fue de 49% (ver gráfico 2).

En el caso de Brasil, la evolución de ambos índices es relativamente similar, si bien a partir de 2003 muestra una aceleración de la inflación, la que sólo se traslada en parte a los precios turísticos. Esta evolución fue consecuencia de un proceso algo diferente que se verificó en Brasil en relación a Argentina y Uruguay. A partir de enero de 1999, cuando se produce la salida de Brasil del Plan Real, y se

GRÁFICO 1

Evolución del IPC-IPCTur en Uruguay Base Enero 2000=100

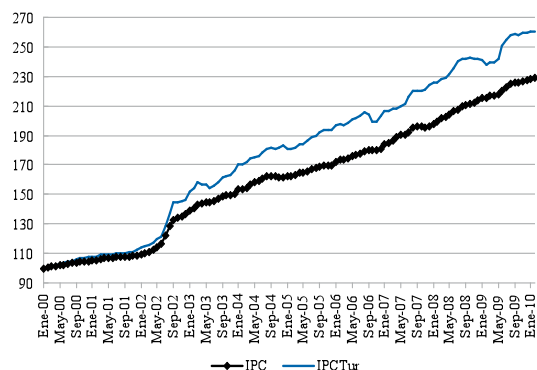


GRÁFICO 2

Evolución del IPC-GBATur en Argentina- Base Enero 2000=100

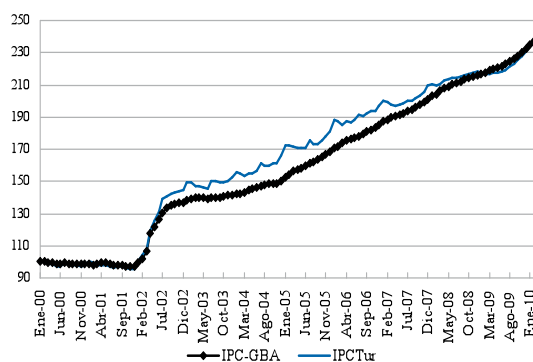


GRÁFICO 3

Evolución del IPC-IPCTur en Brasil Base Enero 2000=100

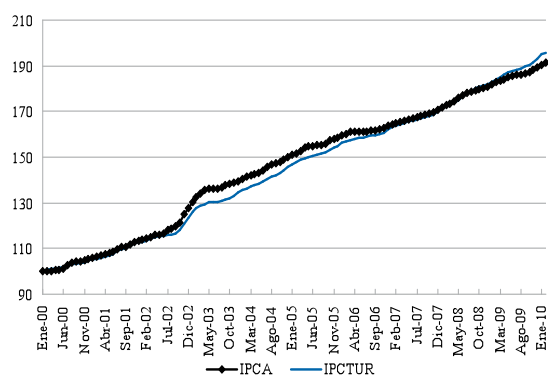
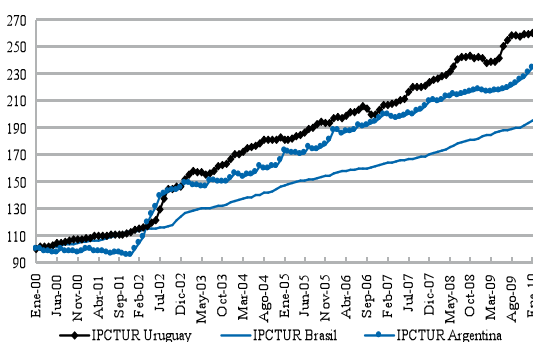


GRÁFICO 4

Evolución del IPC-IPCTur en Uruguay, Argentina y Brasil Base Enero 2000=100

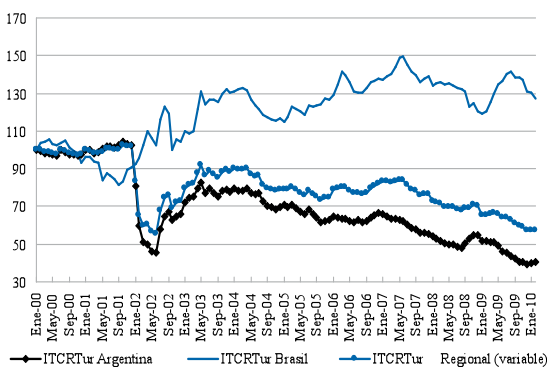


devalúa fuertemente esta moneda, la inflación en Brasil se mantiene bajo control y, al mismo tiempo, se comienza a dar un proceso de apreciación del real, lo que determina que sean los precios no transables los que aumenten en forma más importante en este período, generando un abaratamiento relativo de los precios del sector turístico. Sin embargo, este proceso se va agotando y, a partir de mediados de 2008, los precios turísticos comienzan a aumentar más que el IPC general, como consecuencia de la fuerte inflación en dólares que se da en este período (ver gráfico 3).

En los tres casos se constata que para el período de análisis la comparación entre el índice general IPC y el de consumo turístico IPCTur, el segundo supera al primero a partir de cierto punto, es decir, los precios de los bienes y servicios de consumo turístico aumentan más que los de consumo general de los hogares (ver gráfico 4).

GRÁFICO 5

Evolución del TCRTur en Uruguay, Argentina y Brasil Base Enero 2000=100



Además, para los tres países se constata que el IPC-Tur sin alojamiento, no presenta diferencias significativas con el IPTur, dado que el rubro alojamiento tiene una baja ponderación en las canastas turísticas (ver Anexo estadístico).

4.2. Evolución del ITCRTur

En el Gráfico 5 se presentan las evoluciones de los Índices de Tipo de Cambio Real Turístico base enero 2000=100, de Uruguay con Argentina, con Brasil y con ambos (Regional). También se procede a calcular los tipos de cambio reales bilaterales globales para el mismo período, utilizando los correspondientes Índices de Precios al Consumo elaborados por los organismos oficiales -IBGE en Brasil, INDEC en Argentina e INE en Uruguay-; esto permitirá ilustrar las diferencias que arroja calcular la competitividad con un indicador global (ITCReal) y con uno de tipo específico como el hallado -Índice de Tipo de Cambio Real Turístico-. La construcción del Índice de Tipo de Cambio Real bilateral y regional permite analizar la competitividad de este sector entre Uruguay y sus vecinos. Analizando la evolución de los índices bilaterales se constata un comportamiento muy diferente del que nos vincula con Argentina en comparación con el que mide la relación con Brasil. En la comparación con Argentina se constata una fuerte pérdida de competitividad a inicios del año 2002, luego del quiebre de la Convertibilidad argentina, que después va revirtiendo con la devaluación del peso uruguayo a mediados de ese año. Sin embargo, a partir de 2004 las diferentes políticas cambiarias aplicadas en ambos países provocaron una nueva pérdida de competitividad con este país, encontrándose en los primeros meses de 2010 a niveles de 2002. Sin embargo, hay que tener en cuenta los problemas de medición que enfrenta actualmente Argentina con respecto a los precios minoristas a partir de 2007, lo que podría implicar que en la realidad el nivel de competitividad actual esté muy por encima de lo que reflejan estos índices. Sin embargo, no se cuenta con información desagregada de mediciones alternativas de la inflación que permitan estimar los precios turísticos.

Con respecto a Brasil la situación es muy diferente, ya que a partir de 2002 se verificó una ganancia de competitividad importante, lo que tuvo su correlato en la mayor afluencia de turistas de esta procedencia. A fines de 2008 se constata una pérdida de competitividad en esta medición, derivada de la fuerte depreciación del real como consecuencia de la crisis in-

ternacional desatada en ese momento. Sin embargo, luego de eso la competitividad con este país volvió a recuperarse.

5. REFLEXIONES FINALES

En el presente trabajo se elaboraron los índices de precios turísticos de Argentina, Brasil y Uruguay, que se planteó en sus objetivos, para lo cual fue necesario el estudio de los diferentes rubros que los componen, de forma de elegir los que establece la OMT como rubros característicos, pero con la complicación adicional que debían ser rubros consistentes entre sí.

Asimismo, utilizando estos precios como base, se elaboraron los tipos de cambio real turísticos de Uruguay con Argentina, Uruguay con Brasil y uno regional que resume ambos cálculos.

A partir del análisis de la trayectoria de estos indicadores se puede ver el impacto diferencial que tuvo la crisis de 2002 y el fuerte incremento de la inflación en ese año, así como la devaluación que se produjo como consecuencia de la crisis. El impacto fue diferente en los tres países, y los índices así lo muestran. Por otra parte, los tipos de cambio real aquí calculados permiten analizar la competitividad-precio del sector turístico en Uruguay con los principales consumidores y a la vez competidores: Argentina y Brasil. Aquí se hace evidente la fuerte ganancia de competitividad que tuvo el país con Brasil, al tiempo que se fue perdiendo con Argentina. Ello pone en evidencia los esfuerzos y políticas sectoriales que deberían aplicarse complementando estas trayectorias, de forma de compensar o aprovechar estas trayectorias de la competitividad.

6. DESAFÍOS A FUTURO

Como ya se mencionó en la introducción del presente documento, el trabajo realizado pretende contribuir a superar la falta de investigación turística en nuestro país desde el punto de vista económico.

Además de la importancia de mantener actualizados los indicadores calculados, a lo largo del trabajo realizado se han podido detectar temas que podrían ser incorporados a futuro en la elaboración del IPTur a los efectos de mejorar las canastas turísticas.

Entre ellos se destacan los aspectos vinculados al transporte terrestre, estudiando los ponderadores y la incorporación del taxi en Uruguay, así como lo referido al rubro alojamiento para el caso de viviendas alquiladas y de segundas residencias.

Por otro lado, la construcción de un indicador desde el lado de la oferta turística sería una tarea de gran

valor que debería realizarse en el futuro. Esta tarea requiere el diseño y aplicación de encuestas específicas a los operadores turísticos que proveen servicios: alojamiento, restauración, transporte, rentadoras de vehículos, agencias de viaje receptoras.

En ambos casos se entiende que existen conocimientos que permitirían abordar la tarea, pero falta respaldo público y privado para llevarla a cabo. Esta limitación podría revertirse con una amplia difusión de los resultados obtenidos, indicando el alcance de los mismos y la necesidad de contar con recursos para mantenerlos y mejorarlos.

Por otra parte, los indicadores aquí desarrollados sirven de sustento a nuevos estudios y modelizaciones para realizar proyecciones sobre la futura actividad turística, en base a escenarios planteados para la posible evolución de su competitividad, que sirvan para poder planificar la actividad, así como establecer y llevar adelante las políticas necesarias para apoyar a este sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brida, J.; Lanzilotta, B.; Rizzo, W.; (2008): "Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay". Documento presentado en XXIII Jornadas de Economía del

IBGE; (2005): "Sistema Nacional de índices de preços ao consumidor. Vol 34. Estruturas de Ponderação a partir da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003". Río de Janeiro.

IBGE; (1999): "Sistema Nacional de índices de preços ao consumidor. Vol 1. Atualização e Implantação das Estruturas de Ponderação a partir da Pesquisa de Orçamentos Familiares 1995-1996". Río de Janeiro.

INDEC; (2008): "IPC-GBA Abril 2008=100. Actualización metodológica". Buenos Aires.

INDEC; (2001): "Índice de Precios al Consumidor Gran Buenos Aires base 1999=100. Metodología N°13". Buenos Aires.

INDEC; www.indec.gov.ar.

INE; (1996): "Metodología Índice de los Precios del Consumo Base Marzo 1997". Uruguay.

INE; (1996): "Encuesta de Gastos e Ingresos de los Hogares 1994-1995". Uruguay.

INE; www.ine.gub.uy.

INE; (2009): "Índice de Precios Hoteleros (IPH). Base 2008 (desde enero 2009). Nota metodológica". Madrid, España.

Montero, R.; Perelmutter, N.; Sueiro, I.; (2006): "Determinantes económicos del turismo receptor en Uruguay: ¿Aporta información relevante un análisis desagregado?". Uruguay, CINVE.

Mordecki, G.; (1996): "Nota técnica: diferentes mediciones de la competitividad en el Uruguay, 1980-1995", *Quantum*, Montevideo, volumen 3, número 7.

Mordecki, G.; (2000): "Construcción de un Índice de Tipo de Cambio Sectorial para Uruguay 1990-1998". Uruguay, Instituto de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, UdelAR.

OMT; (2001): "Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual". Luxemburgo, Madrid, Nueva York, París.

Proyecto de Cooperación Estadística Unión Europea, Mercosur y Chile; (2005): "Armonización de los Índices de Precios al Consumidor de los Países del Mercosur y Chile. Informe Técnico Resultados 1999-2004". Río de Janeiro, IBGE.

Robano, V.; (2000): "Determinantes del Turismo Receptor en Uruguay". Documento presentado en XV Jornadas de Economía del Banco Central del Uruguay.

Servicio de Estadística y Censos de Macao; www.dsec.gov.mo

SIDRA; www.sidra.ibge.gov.br

NOTAS

1 Hasta la realización del ejercicio experimental de "Cuenta Satélite de Turismo de Uruguay", el único dato oficial disponible sobre la importancia económica del turismo ha sido la contribución del turismo en términos de divisas por exportaciones de servicios turísticos, del orden del 3% del PIB (Ingresos Brutos por Turismo en U\$S/PIB en U\$S). Se trata de una medida parcial que considera solamente lo exportado por el sector a través de encuestas a los turistas que llegan al país, es decir del lado de la demanda, preguntando acerca del gasto que realizan durante su visita.

2 Se entiende por visitantes al conjunto de turistas (pernoctan en el lugar de destino) y excursionistas (no pernoctan en el lugar de destino).

ANEXO ESTADÍSTICO

CUADRO A1

Estructura de ponderaciones IPC (Base Marzo 97=100) - IPCTUR (Base enero 00=10). Uruguay.

Productos seleccionados en la Canasta del IPTUR Uru	Ponderación IPC	Ponderación IPCTUR	Ponderación IPCTUR Sin Ato
Comidas elaboradas	0,9	5,89%	5,89%
Comidas fuera del hogar	4,7	31,45%	31,45%
Combustibles y lubricantes	2,6	17,37%	17,37%
Transporte aéreo	0,5	3,07%	3,07%
Entrada a espectáculos	0,5	3,46%	3,46%
Actividades recreativas	1,0	6,33%	6,33%
Otros gastos en esparcimiento	0,5	3,34%	3,34%
Turismo y alojamiento	1,2	7,97%	7,97%
Artículos para cuidado personal	1,8	12,05%	12,05%
Tabaco	1,4	9,06%	9,06%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE

CUADRO A2

**Estructura de ponderaciones IPC-GBA (Base 99=100) - IPC-GBA (Base abril 08=100)
IPTUR (Base Enero 00=100. Argentina.**

Productos seleccionados en la Canasta del IPTUR Arg	Ponderación IPC		Ponderación IPTUR		Ponderación IPTURSin Alo
	Canasta 1996-97	Canasta 2004-05	Canasta 1996-97	Canasta 2004-05	Canasta 1996-97
<i>Alimentos y bebidas</i>		37,87		76,91%	
Comidas listas para llevar	1,06		6,87%		7,44%
Desayuno y refrigerio	0,94		6,13%		6,65%
Almuerzo y cena	0,51		3,30%		3,57%
Combustibles y lubricantes	2,35		15,25%		16,53%
Combustible y peaje por turismo	0,14		0,94%		1,01%
Transporte público por turismo	0,59		3,80%		4,12%
Alojamiento	1,19		7,74%		
<i>Esparcimiento</i>		5,07		10,30%	
Excursiones y paquetes turísticos	0,83		5,40%		5,85%
Equipos de audio, televisión, fotografía y computación	0,75		4,85%		5,26%
Elementos para audio, televisión, fotografía y computación	0,41		2,67%		2,90%
Servicios para audio, fotografía y video	1,27		8,22%		8,91%
Cines, teatros y otros espectáculos	0,67		4,35%		4,71%
Clubes, parques y entretenimientos	0,63		4,10%		4,45%
<i>Otros bienes y servicios</i>		6,30		12,79%	
Cigarrillos y accesorios	1,34		8,72%		9,45%
Artículos de tocador y belleza	1,89		12,27%		13,30%
Servicios para el cuidado personal	0,83		5,39%		5,84%
TOTAL	15,38	49,24	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC

CUADRO A3**Estructura de ponderaciones IPCA (Base 1999=100) - IPCA (Base 2006=100).
IPCTUR (Base Enero 00=100. Brasil)**

Productos seleccionados en la Canasta del IPTUR Bra	Ponderación IPC		Ponderación IPCTUR		Ponderación IPCTURSin Alo	
	Canasta 1999	Canasta 2006	Canasta 1999	Canasta 2006	Canasta 1999	Canasta 2006
Alimentação fora do domicílio	5,878	6,624	38,48%	36,34%	39,32%	37,09%
Ferry-boat	0,006	0,010	0,04%	0,06%	0,04%	0,06%
Avião	0,324	0,283	2,12%	1,55%	2,17%	1,58%
Navío	0,004	0,000	0,02%	0,00%	0,02%	0,00%
Barco	0,007	0,003	0,04%	0,06%	0,04%	0,02%
Estacionamiento	0,177	0,135	1,16%	0,74%	1,18%	0,75%
Gasolina	2,311	5,018	15,13%	27,53%	15,46%	28,10%
Álcool	0,776	0,439	5,08%	2,41%	5,19%	2,46%
Cuidados pessoais	1,962	2,560	12,85%	14,05%	13,13%	14,34%
Cinema	0,149	0,289	0,97%	1,59%	1,00%	1,62%
Ingreso para jogo	0,064	0,048	0,42%	0,26%	0,43%	0,27%
Clube	0,256	0,185	1,67%	1,01%	1,71%	1,04%
Disco laser	0,000	0,265	0,00%	1,46%	0,00%	1,49%
Brinquedos	0,597	0,418	3,91%	2,29%	3,99%	2,34%
Boite, danceteria e discoteca	0,409	0,406	2,68%	2,23%	2,74%	2,27%
Motel	0,102	0,084	0,67%	0,46%	0,00%	0,00%
Material esportivo	0,005	0,005	0,04%	0,03%	0,04%	0,03%
Hotel	0,294	0,287	1,93%	1,58%	0,00%	0,00%
Excursão	0,077	0,101	0,50%	0,55%	0,51%	0,56%
Disco	0,313	0,000	2,05%	0,00%	2,10%	0,00%
Teatro	0,014	0,000	0,09%	0,00%	0,10%	0,00%
Fumo	1,438	0,777	9,41%	4,26%	9,62%	4,35%
Filme e flash descartável	0,034	0,066	0,22%	0,36%	0,23%	0,37%
Revelação e cópia	0,149	0,226	0,98%	1,24%	1,00%	1,26%
TOTAL	15,3	18,2	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del IBGE

CUADRO A4

Series IPCTUR Uruguay, Argentina y Brasil (Base enero 2000=100)

	IPCU	IPCT Uru	IPCTUru SinAloj	IPC-GBA Arg	IPCT Arg	IPCT Arg SinAlo	IPCA Bra	IPCT Bra	IPCT Bra SinAloj
Ene 00	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Feb 00	100,34	101,26	101,52	100,00	100,24	100,16	100,13	100,55	100,54
Mar 00	100,95	101,57	102,28	99,48	98,46	99,57	100,35	100,91	100,92
Abr 00	101,40	101,97	102,43	99,36	98,33	99,39	100,77	101,18	101,19
May 00	101,86	102,56	103,39	98,98	97,40	98,90	100,78	101,47	101,48
Jun 00	102,37	103,84	104,66	98,79	97,14	98,66	101,01	101,59	101,61
Jul 00	102,75	104,11	104,76	99,22	99,47	100,62	102,64	102,27	102,30
Ago 00	103,29	104,86	105,83	99,01	97,92	99,24	103,98	103,15	103,18
Sep 00	103,69	106,22	107,19	98,86	97,72	99,23	104,22	103,34	103,37
Oct 00	104,41	106,62	107,71	99,04	97,72	99,15	104,37	103,63	103,66
Nov 00	104,45	106,82	107,88	98,55	97,32	98,86	104,70	103,95	103,98
Dic 00	104,65	107,30	108,20	98,44	98,14	99,41	105,32	104,83	104,86
Ene 01	105,00	107,44	108,43	98,52	99,92	99,63	105,92	105,15	105,17
Feb 01	105,30	107,97	108,95	98,29	99,78	99,82	106,41	105,66	105,69
Mar 01	105,70	109,41	110,44	98,48	98,02	99,36	106,81	106,07	106,10
Abr 01	106,56	109,64	110,64	99,14	97,96	99,01	107,43	106,30	106,33
May 01	107,23	109,19	110,41	99,20	97,87	99,22	107,87	106,86	106,89
Jun 01	106,76	109,19	110,31	98,49	96,94	98,53	108,43	107,73	107,77
Jul 01	107,70	110,47	111,07	98,17	96,63	98,12	109,88	108,97	109,02
Ago 01	107,39	110,07	111,44	97,81	97,26	99,03	110,65	109,62	109,66
Sep 01	107,72	110,38	111,63	97,74	96,83	98,47	110,96	110,19	110,24
Oct 01	108,01	110,71	112,00	97,31	96,59	98,45	111,88	111,18	111,20
Nov 01	108,10	111,17	112,67	96,99	95,55	97,45	112,67	112,27	112,28
Dic 01	108,41	112,43	113,71	96,92	95,74	97,48	113,40	112,94	112,96
Ene 02	109,36	113,86	114,47	99,14	100,16	101,27	113,99	113,10	113,10
Feb 02	110,09	114,57	115,56	102,25	104,05	105,86	114,40	113,40	113,40
Mar 02	111,06	115,51	116,28	106,30	108,59	111,16	115,09	114,24	114,25
Abr 02	112,85	117,18	118,05	117,34	119,13	122,88	116,01	114,86	114,87
May 02	114,19	119,47	120,23	122,04	125,26	129,73	116,25	115,30	115,32
Jun 02	116,21	121,21	121,72	126,47	130,98	135,74	116,74	115,38	115,40
Jul 02	121,86	128,78	126,60	130,50	138,92	144,17	118,13	115,80	115,83
Ago 02	128,96	137,57	135,14	133,55	141,01	146,49	118,90	116,23	116,26
Sep 02	132,98	144,43	141,57	135,36	142,25	147,88	119,76	116,77	116,79
Oct 02	134,26	144,44	142,61	135,65	143,29	148,88	121,32	118,03	118,03
Nov 02	134,84	145,79	144,12	136,34	143,55	149,11	124,99	120,82	120,88
Dic 02	136,54	146,36	144,49	136,60	144,83	150,34	127,61	123,61	123,63
Ene 03	139,09	151,67	149,48	138,40	149,26	151,71	130,48	126,14	126,16
Feb 03	140,97	154,66	153,44	139,19	149,05	152,07	132,53	127,45	127,49
Mar 03	142,72	158,06	157,50	140,00	147,32	151,62	134,16	128,61	128,65
Abr 03	144,08	156,45	155,37	140,08	146,67	151,39	135,46	129,31	129,35
May 03	144,62	156,70	155,84	139,54	146,48	151,62	136,29	130,12	130,16
Jun 03	144,85	154,62	155,03	139,42	145,76	150,81	136,09	130,18	130,22
Jul 03	145,57	155,82	156,08	140,04	150,34	155,48	136,36	130,25	130,30
Ago 03	147,26	158,07	158,17	140,07	150,29	155,57	136,82	130,099	131,03

	IPCU	IPCT Uru	IPCTUru SinAloj	IPC-GBA Arg	IPCT Arg	IPCT Arg SinAlo	IPCA Bra	IPCT Bra	IPCT Bra SinAloj
Sep 03	148,24	161,52	161,85	140,13	149,43	154,98	137,89	131,56	131,60
Oct 03	149,22	162,10	162,30	140,95	149,58	154,85	138,29	132,01	132,04
Nov 03	149,46	163,40	163,35	141,30	150,04	155,33	138,76	133,13	133,11
Dic 03	150,44	166,27	164,50	141,60	152,21	156,70	139,48	134,53	134,48
Ene 04	153,73	170,40	168,39	142,20	155,69	157,83	140,54	135,63	135,56
Feb 04	153,76	170,36	168,69	142,34	155,06	157,20	141,40	136,35	136,27
Mar 04	154,68	171,75	170,60	143,18	153,22	157,52	142,06	137,51	137,41
Abr 04	156,59	174,56	174,07	144,41	155,09	158,77	142,59	138,02	137,91
May 04	158,22	175,56	175,20	145,47	154,75	159,55	143,32	138,45	138,35
Jun 04	158,74	176,10	175,98	146,29	156,39	161,46	144,33	139,52	139,43
Jul 04	160,34	178,55	178,41	146,96	161,35	166,26	145,65	140,31	140,23
Ago 04	162,24	181,19	181,42	147,47	159,85	164,91	146,65	141,51	141,45
Sep 04	162,68	181,32	182,09	148,40	159,93	165,16	147,14	142,01	141,94
Oct 04	162,14	180,96	182,00	148,98	160,98	166,10	147,78	142,93	142,87
Nov 04	161,72	181,30	182,26	148,99	161,32	166,60	148,80	144,28	144,21
Dic 04	161,86	182,90	183,16	150,23	165,95	170,63	150,08	145,91	145,84
Ene 05	162,47	180,93	180,85	152,47	172,51	173,95	150,95	146,92	146,85
Feb 05	162,46	180,64	181,09	153,91	172,34	173,89	151,84	147,43	147,67
Mar 05	163,16	181,34	181,90	156,29	171,48	175,48	152,77	148,88	148,84
Abr 05	164,84	183,94	185,25	157,05	170,66	175,44	154,10	149,72	149,69
May 05	164,87	184,16	185,86	158,00	170,54	175,47	154,85	150,17	150,14
Jun 05	165,31	186,50	188,75	159,44	171,07	176,09	154,82	150,34	150,29
Jul 05	167,44	188,77	190,39	161,05	175,47	180,11	155,21	151,06	151,01
Ago 05	167,79	189,75	191,92	161,75	173,40	178,24	155,47	151,37	151,34
Sep 05	169,10	192,09	194,17	163,63	173,53	178,61	156,02	152,14	152,11
Oct 05	169,63	193,82	196,14	164,91	175,69	180,36	157,19	153,18	153,16
Nov 05	169,43	193,31	195,70	166,90	177,58	182,05	158,05	154,11	154,09
Dic 05	169,80	193,46	195,39	168,76	181,29	184,63	158,62	154,58	154,56
Ene 06	172,12	197,03	197,11	170,91	188,03	186,65	159,56	156,28	156,27
Feb 06	173,26	197,41	197,54	171,59	187,63	187,56	160,21	157,00	157,00
Mar 06	173,82	197,26	198,04	173,65	184,96	187,88	160,90	157,66	157,67
Abr 06	174,72	198,35	199,35	175,34	187,23	190,12	161,24	158,02	158,03
May 06	175,82	201,07	202,55	176,16	186,95	190,63	161,40	158,42	158,42
Jun 06	176,38	201,78	203,51	177,02	187,86	191,67	161,06	158,35	158,34
Jul 06	177,88	203,09	204,50	178,11	191,16	194,72	161,37	159,25	159,26
Ago 06	179,29	205,53	207,45	179,11	190,81	194,09	161,45	159,44	159,43
Sep 06	180,25	204,45	206,24	180,72	191,90	195,48	161,79	159,73	159,70
Oct 06	179,89	199,45	200,76	182,27	193,63	197,29	162,32	160,33	160,29
Nov 06	179,96	199,54	200,70	183,56	194,14	198,22	162,82	160,86	160,80
Dic 06	180,63	202,99	203,54	185,36	196,87	200,64	163,60	162,23	162,16
Ene 07	183,83	206,45	205,75	187,48	199,96	202,96	164,32	163,27	163,20
Feb 07	184,95	206,32	205,69	188,05	199,33	202,58	165,05	163,81	163,74
Mar 07	186,62	208,03	208,20	189,49	197,42	203,49	165,66	164,24	164,18
Abr 07	188,89	208,12	208,91	190,90	197,04	203,58	166,07	164,99	164,93
May 07	190,33	210,05	210,95	191,70	197,69	204,28	166,54	165,82	165,75
Jun 07	190,59	211,12	212,27	192,54	198,48	205,14	167,00	166,13	166,06
Jul 07	192,16	216,46	218,01	193,50	200,15	206,49	167,40	166,20	166,12

	IPCU	IPCT Uru	IPCT SinAlo	IPC-GBA Arg	IPCT Arg	IPCT Arg SinAlo	IPCA Bra	IPCT Bra	IPCT Bra SinAlo
Ago 07	195,48	220,29	222,61	194,63	199,74	206,36	168,19	166,93	166,85
Sep 07	196,29	220,20	222,55	196,19	201,99	208,80	168,49	167,28	167,20
Oct 07	195,84	219,94	222,33	197,53	203,34	210,00	169,00	167,98	167,91
Nov 07	195,39	221,12	223,32	199,22	205,90	212,77	169,64	168,83	168,77
Dic 07	195,99	224,10	226,18	201,07	209,61	216,20	170,90	170,39	170,31
Ene 08	197,51	225,75	226,95	202,94	210,60	215,23	171,82	171,49	171,42
Feb 08	199,32	225,98	228,31	203,89	209,26	214,60	172,66	172,12	172,06
Mar 08	201,60	227,95	230,29	206,19	210,69	216,56	173,49	173,03	172,98
Abr 08	202,26	228,88	232,73	207,91	213,00	219,82	174,44	173,91	173,87
May 08	204,03	231,30	235,55	209,07	213,32	220,14	175,82	175,16	175,14
Jun 08	206,64	235,11	239,53	210,40	214,50	221,36	177,12	176,46	176,46
Jul 08	207,57	240,21	244,52	211,17	214,12	220,97	178,06	178,00	177,99
Ago 08	209,68	242,09	246,30	212,17	215,00	221,88	178,56	178,85	178,84
Sep 08	210,94	242,23	245,23	213,25	215,84	222,75	179,03	180,18	180,16
Oct 08	211,64	242,94	244,45	214,16	216,82	223,75	179,83	180,95	180,93
Nov 08	212,03	241,82	242,41	214,89	217,42	224,38	180,48	181,31	181,30
Dic 08	214,00	242,19	241,37	215,62	218,14	225,12	180,98	182,11	182,10
Ene 09	215,70	241,11	238,92	216,76	217,18	224,13	181,85	183,18	183,18
Feb 09	215,12	237,52	236,00	217,70	216,34	223,26	182,85	184,22	184,23
Mar 09	216,77	239,11	236,80	219,09	216,97	223,91	183,22	184,83	184,84
Abr 09	216,68	239,22	237,45	219,82	217,51	224,46	184,10	186,08	186,01
May 09	217,57	241,84	241,21	220,55	217,52	224,48	184,96	187,18	187,03
Jun 09	220,04	250,52	250,92	221,48	218,10	225,08	185,63	187,81	187,66
Jul 09	222,21	254,73	255,31	222,85	219,16	226,17	186,07	188,46	188,32
Ago 09	224,95	258,14	260,46	224,70	221,35	228,43	186,35	188,99	188,85
Sep 09	225,47	258,41	216,20	226,37	223,05	230,18	186,80	189,63	189,50
Oct 09	225,45	257,79	261,25	228,18	225,08	232,28	187,32	190,13	190,00
Nov 09	226,25	259,36	262,96	230,07	227,44	234,71	188,32	191,44	191,32
Dic 09	227,05	259,53	263,31	232,21	230,77	238,16	189,32	192,94	192,83
Ene 10	227,85	260,01	262,70	234,62	234,12	241,60	190,32	194,90	194,80
Feb 10	228,66	260,12	263,20	237,55	239,03	246,68	191,68	195,85	185,77

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE, INDEC, IBGE

CUADRO A5

Series ITCTUr con Argentina - Brasil - Región (Ponderadores variables y fijos)

Base Enero 2000=100					Base Enero 2000=100				
	ITCRTur Arg.	ITCRTur Bra.	ITCRTur Regional (variable)	ITCRTur Regional (fijo)		ITCRTur Arg.	ITCRTur Bra.	ITCRTur Regional (variable)	ITCRTur Regional (fijo)
Ene 00	100,0	100,0	100,0	100,00	Ene 05	70,65	114,94	78,90	79,34
Feb 00	99,54	103,57	99,92	100,33	Feb 05	69,82	117,17	78,64	79,12
Mar 00	98,35	104,55	98,94	99,57	Mar 05	70,69	122,96	80,42	80,95
Abr 00	98,22	105,41	98,90	99,63	Abr 05	69,09	121,70	78,89	79,41
May 00	97,35	103,00	97,89	98,46	May 05	67,20	120,72	77,17	77,70
Jun 00	96,76	102,25	97,28	97,84	Jun 05	66,08	118,83	75,91	76,44
Jul 00	99,85	103,73	100,22	100,61	Jul 05	68,26	123,30	78,51	79,06
Ago 00	98,87	104,69	99,42	100,01	Ago 05	66,05	123,04	76,67	77,24
Sep 00	97,57	101,11	97,91	98,27	Sep 05	64,00	123,83	75,14	75,74
Oct 00	97,36	99,67	97,58	97,81	Oct 05	61,78	123,88	73,35	73,97
Nov 00	96,95	98,41	97,09	97,24	Nov 05	62,28	127,35	74,40	75,05
Dic 00	97,68	93,33	97,27	96,83	Dic 05	63,04	126,66	74,89	75,53
Ene 01	100,22	96,10	99,83	99,41	Ene 06	64,89	129,16	78,81	77,50
Feb 01	99,80	96,31	99,48	99,12	Feb 06	64,25	134,57	79,48	78,05
Mar 01	98,30	93,86	97,88	97,43	Mar 06	63,34	141,47	80,26	78,67
Abr 01	98,91	93,02	98,36	97,76	Abr 06	63,48	139,56	79,96	78,41
May 01	100,44	83,86	98,88	97,18	May 06	62,37	135,65	78,24	76,76
Jun 01	101,79	87,54	100,46	99,00	Jun 06	61,76	131,11	76,78	75,37
Jul 01	102,09	86,68	100,65	99,07	Jul 06	62,62	130,45	77,31	75,93
Ago 01	101,49	84,82	99,93	98,22	Ago 06	61,90	130,19	76,69	75,30
Sep 01	102,24	81,31	100,28	98,13	Sep 06	62,03	132,66	77,33	75,89
Oct 01	104,52	83,19	102,52	100,33	Oct 06	64,01	136,19	79,64	78,18
Nov 01	102,89	89,30	101,61	100,22	Nov 06	65,25	136,46	80,68	79,23
Dic 01	102,78	90,94	101,67	100,45	Dic 06	66,33	137,85	81,82	80,37
Ene 02	81,00	92,73	83,00	83,80	Ene 07	65,70	137,01	83,48	79,70
Feb 02	59,43	95,69	65,59	66,55	Feb 07	64,84	139,17	83,38	79,43
Mar 02	50,94	102,17	59,65	61,00	Mar 07	63,67	140,44	82,82	78,74
Abr 02	50,02	109,64	60,16	61,72	Abr 07	63,17	144,06	83,34	79,05
May 02	46,35	105,93	56,48	58,04	May 07	62,75	148,64	84,17	79,61
Jun 02	45,56	102,77	55,29	56,79	Jun 07	62,52	149,44	84,20	79,58
Jul 02	58,00	115,83	67,83	69,35	Jul 07	60,56	145,26	81,68	77,18
Ago 02	64,67	122,93	74,57	76,10	Ago 07	58,21	141,20	78,91	74,50
Sep 02	66,96	119,44	75,88	77,26	Sep 07	58,01	139,77	78,40	74,06
Oct 02	62,66	100,29	69,06	70,05	Oct 07	55,75	135,97	75,76	71,49
Nov 02	64,93	105,73	71,87	72,94	Nov 07	55,88	137,69	76,28	71,94
Dic 02	66,06	104,59	72,61	73,63	Dic 07	55,33	138,83	76,15	71,72
Ene 03	71,98	109,84	79,44	79,41	Ene 08	53,99	134,11	72,62	69,71
Feb 03	74,46	108,98	81,26	81,24	Feb 08	52,70	135,13	71,87	68,88
Mar 03	74,96	109,82	81,83	81,80	Mar 08	51,83	136,21	71,46	68,40
Abr 03	79,37	121,84	87,74	87,71	Abr 08	50,28	134,76	69,93	66,86
May 03	82,51	131,25	92,11	92,08	May 08	49,89	135,34	69,77	66,66
Jun 03	77,07	124,41	86,39	86,36	Jun 08	50,09	134,32	69,68	66,62
Jul 03	79,57	126,40	88,79	88,76	Jul 08	48,71	132,84	68,28	65,23
Ago 03	77,28	126,65	87,00	86,97	Ago 08	48,26	132,01	67,74	64,70
Sep 03	75,52	125,44	85,35	85,32	Sep 08	50,54	131,14	69,28	66,36
Oct 03	78,14	129,49	88,26	88,22	Oct 08	52,75	122,98	69,09	66,54
Nov 03	79,04	132,46	89,56	89,53	Nov 08	54,83	125,05	71,16	68,62
Dic 03	77,46	130,62	87,93	87,90	Dic 08	54,90	120,29	70,11	67,73
Ene 04	79,64	131,13	89,98	89,75	Ene 09	51,86	119,00	65,04	65,04
Feb 04	78,55	132,01	89,28	89,04	Feb 09	51,74	120,35	65,21	65,21
Mar 04	78,42	132,97	89,37	89,12	Mar 09	51,04	125,51	65,66	65,66
Abr 04	79,75	131,31	90,10	89,87	Abr 09	50,78	129,78	66,29	66,29
May 04	76,98	126,91	87,00	86,78	May 09	49,14	134,57	65,91	65,91
Jun 04	76,43	123,81	85,95	85,73	Jun 09	46,32	136,25	63,97	63,97
Jul 04	77,30	121,38	86,15	85,96	Jul 09	45,30	140,00	63,89	63,89
Ago 04	72,45	118,40	81,68	81,47	Ago 09	43,76	141,60	92,96	62,96
Sep 04	70,47	117,17	79,85	79,64	Sep 09	42,28	138,22	61,11	61,11
Oct 04	69,71	116,02	79,01	78,80	Oct 09	40,75	138,58	59,95	59,95
Nov 04	68,69	115,74	78,14	77,92	Nov 09	40,40	137,23	59,40	59,40
Dic 04	69,46	116,56	78,92	78,71	Dic 09	39,52	131,15	57,50	57,50
					Ene 10	39,80	130,17	57,53	57,53
					Feb 10	40,53	127,12	57,52	57,52

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE, INDEC, IBGE



Facultad de Ciencias
Económicas y de Administración
Universidad de la República



Auspicia

