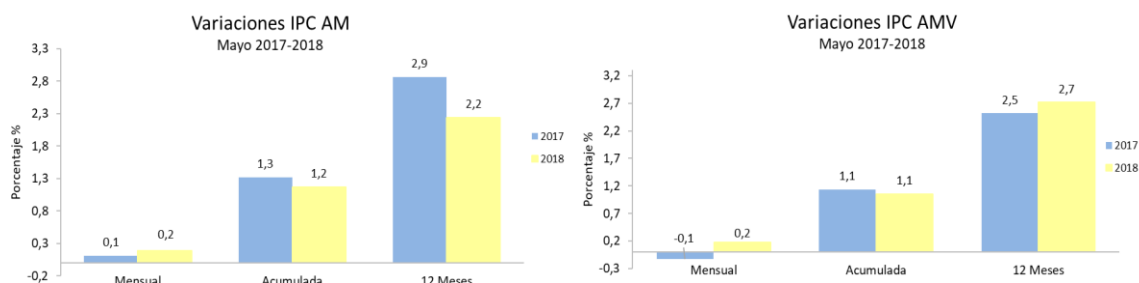


# ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR PARA EL ADULTO MAYOR

Edición N° 49 / 08 de junio de 2018

ISSN 0719-9309

**Figura 1:** Variaciones IPC AM y AMV 2017-2018



- En mayo de 2018 la variación mensual del IPC-AM fue 0,2%, es decir, 0,1 p.p mayor a la registrada en el mismo periodo del año anterior (0,1%). Sin embargo, la variación acumulada al quinto mes del año fue 1,2%, es decir, 0,1 p.p menor que la reportada en mayo del año anterior, mientras la variación a doce meses fue de 2,2%, es decir, 0,7 p.p menor a la registrada en el mismo periodo de 2017 (ver Tabla 1).
- En mayo de 2018 la variación mensual del IPC-AMV fue 0,2%, es decir, 0,3 p.p mayor a la registrada en el mismo periodo del año anterior. La variación acumulada al quinto mes del año fue de 1,1%, igual a la reportada en mayo del año anterior, mientras que la variación a doce meses fue de 2,7%, es decir, 0,2 p.p mayor a la registrada en el mismo periodo de 2017 (ver Tabla 1).
- El IPC general en mayo 2018 registra una variación mensual de 0,3%, 0,2 p.p mayor al IPC general de mayo 2017. Además, presenta una variación acumulada de 1,3%, 0,2 p.p menor a la reportada en mayo del año anterior, y una variación a doce meses de 2%, 0,6 p.p menor a la registrada en el mismo periodo de 2017 (ver Tabla 1).
- Las variaciones del IPC AM y el IPC AMV fueron positivas respecto al mes anterior (abril 2018). Esta situación se explica, principalmente, por una variación mensual positiva en la división de Transporte, Recreación y Cultura, Bienes y Servicios Diversos y Vivienda y Servicios Básicos. El IPC AM y AMV presentan variaciones mensuales positivas de 0,2%.

**Tabla 1:** IPC AM e IPC AMV (2013=100)

	may-17	jun-17	jul-17	Ago-17	sept-17	oct-17	nov-17	Dic-17	Ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18
<b>Nivel</b>													
IPC	115,63	115,18	115,45	115,69	115,51	116,19	116,29	116,46	117,00	117,05	117,29	117,66	117,99
IPC-AM	116,04	115,63	116,00	116,43	116,27	117,10	117,22	117,27	118,17	118,13	117,93	118,42	118,64
IPC-AMV	117,11	116,65	117,22	117,87	117,53	118,55	118,94	119,03	119,98	119,79	119,67	120,08	120,29
<b>Var. Mensual</b>													
IPC	0,1	-0,4	0,2	0,2	-0,2	0,6	0,1	0,1	0,5	0,04	0,20	0,3	0,3
IPC-AM	0,1	-0,4	0,3	0,4	-0,1	0,7	0,1	0,0	0,8	-0,03	-0,2	0,4	0,2
IPC-AMV	-0,1	-0,4	0,5	0,6	-0,3	0,9	0,3	0,1	0,8	-0,2	-0,1	0,3	0,2
<b>Var. Acumulada</b>													
IPC	1,5	1,1	1,4	1,6	1,4	2,0	2,1	2,3	0,5	0,5	0,7	1,0	1,3
IPC-AM	1,3	1,0	1,3	1,7	1,5	2,2	2,3	2,4	0,8	0,7	0,6	1,0	1,2
IPC-AMV	1,1	0,7	1,2	1,8	1,5	2,4	2,7	2,8	0,8	0,6	0,5	0,9	1,1
<b>Var. 12 meses</b>													
IPC	2,6	1,7	1,7	1,9	1,5	1,9	1,9	2,3	2,2	2,0	1,8	1,9	2,0
IPC-AM	2,9	1,8	2,0	2,1	1,7	2,2	2,1	2,4	2,7	2,3	2,0	2,2	2,2
IPC-AMV	2,5	1,5	1,5	2,0	1,1	1,9	2,2	2,8	3,2	2,6	2,3	2,4	2,7

\* Esta publicación se encuentra protegida por la ley de propiedad intelectual N°17.336. Su reproducción está prohibida sin la debida autorización del Centro Latinoamericano de Políticas Económicas y Sociales de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Clapes UC. Sin perjuicio de lo anterior, es lícita la reproducción de fragmentos de esta obra siempre que se mencionen su fuente, título y autor.

En mayo, ocho de las doce divisiones que conforman la canasta del Índice de Precios al Consumidor del Adulto Mayor (IPC-AM) tuvieron una incidencia positiva. De éstas, las divisiones con mayores incidencias positivas fueron las de Transporte (0,8%), con incidencia 0,087 p.p; Recreación y Cultura (1,2%), con incidencia 0,054 p.p y Bienes y Servicios Diversos (0,7%), con incidencia 0,043. Las demás divisiones que incidieron positivamente lo hicieron en 0,100 p.p agregado. Las divisiones con incidencias negativas fueron Alimentos y Bebidas No Alcohólicas (-0,3%), con incidencia -0,070 p.p; Vestuario y Calzado (-1%), con incidencia -0,022 p.p y Comunicaciones (-0,1%), con incidencia -0,003 (ver Tabla 2).

Para el Índice de Precios del Consumidor del Adulto Mayor Vulnerable (IPC-AMV), son ocho las divisiones con incidencias positivas, destacándose Vivienda y Servicios Básicos (0,46%), con incidencia 0,108 p.p; Bienes y Servicios Diversos (0,79%) y Transporte (0,76%), ambas con incidencia con incidencia 0,041 p.p. Las demás divisiones que incidieron positivamente lo hicieron en 0,101 p.p agregado. Las divisiones con incidencias negativas fueron Alimentos y Bebidas No Alcohólicas (-0,3%), con incidencia -0,108 p.p; Vestuario y Calzado (-0,9%), con incidencia -0,009 y Comunicaciones (-0,05%), con incidencia -0,002 (ver Tabla 2).

**Tabla 2:** Contribución a la tasa de inflación mensual IPC, IPC AM e IPC AMV<sup>1</sup>

INCIDENCIA MENSUAL	IPC 0,3	IPC-AM 0,2	IPC-AMV 0,2
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	-0,052	-0,070	-0,108
BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO	0,023	0,018	0,017
VESTUARIO Y CALZADO	-0,027	-0,022	-0,009
VIVIENDA Y SERVICIOS BÁSICOS	0,031	0,015	0,108
EQUIPAMIENTO Y MANTENCIÓN DEL HOGAR	0,026	0,024	0,030
SALUD	0,020	0,041	0,019
TRANSPORTE	0,086	0,087	0,041
COMUNICACIONES	-0,002	-0,003	-0,002
RECREACIÓN Y CULTURA	0,116	0,054	0,032
EDUCACIÓN	0,005	0,000	0,000
RESTAURANTES Y HOTELES	0,002	0,002	0,003
BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	0,051	0,043	0,041

## Análisis

A pesar de que las variaciones mensuales del IPC AM y AMV son iguales, la variación a 12 meses del IPC AMV (2,7%) es mayor a la del IPC General (2%) e IPC AM (2,2%) lo que sugiere que en el último año los adultos mayores vulnerables han sufrido una pérdida de poder adquisitivo mayor que individuos promedio y que los adultos mayores promedio que no están en situación de vulnerabilidad. Esta pérdida de poder adquisitivo se explica, en parte, por un aumento de precios de la división de Transporte, específicamente, por aumentos de precios en combustibles, servicio de transporte en bus interurbano, taxi, peaje, entre otros.

Por otro lado, el aumento de precios de la división de Recreación y Cultura contribuyó al incremento de la inflación de los individuos promedio, específicamente, los paquetes turísticos (13,6%) fue el

<sup>1</sup> La canasta de productos y servicios del IPC-AM e IPC-AMV fue construida con la EPFVII de 2013 del INE. Notar que el objetivo del diseño muestral de la encuesta no es del grupo de adultos mayores sino de toda la población.

ítem que presentó la mayor incidencia. Dado que los consumidores promedio destinan una mayor cantidad de su presupuesto para este tipo de actividades, su inflación en el mes de mayo fue mayor que la de los adultos mayores. Asimismo, la caída de precios de Alimentos y bebidas No alcohólicas contribuyó a reducir la inflación de los Adultos Mayores Vulnerables y no Vulnerables en el mes de mayo y, por lo tanto, permitió que la variación mensual sea menor a la variación del individuo promedio. Específicamente, el Limón (-23,6%) fue el producto que más contribuyó a la caída de precios de dicha división.