



NOTA PRENSA

19 de marzo de 2016

IPC SENIOR FEBRERO-2016

IPC PARA EL COLECTIVO DE PERSONAS MAYORES EN ESPAÑA

IDEA, Innovación y Desarrollo Asistencial, publica en España el IPC Senior, [un índice estadístico](#) que permite conocer la repercusión real de precios que soportan los mayores de 65 años. Un colectivo de más de 5,8 millones de hogares, de los cuales un millón se ha incorporado desde el inicio de la crisis.

Se trata de un indicador que busca complementar la representatividad del indicador general, debido al diferente comportamiento en los hábitos de compra y consumo, y precios de la cesta de la compra de los hogares con personas mayores de 65 años en comparación con el resto de los hogares españoles.

ÍNDICE IPC SENIOR. FEBRERO-2016

Mes	Variación mensual	Variación Acumulada	Variación Anual
FEBRERO-2016	- ,34%	- 1,93%	-0,11%

ÍNDICE IPC GENERAL. FEBRERO-2016

Mes	Variación mensual	Variación Acumulada	Variación Anual
FEBRERO-2016	-0,35%	-2,25%	-0,84%

ÍNDICE

RESULTADOS DESTACADOS EN FEBRERO-2016.....	3
¿CÓMO INFLUYE EL IPC EN LOS DIFERENTES GRUPOS DE HOGARES SENIOR?	4
EVOLUCIÓN ANUAL DE LOS PRECIOS DE CONSUMO PARA LOS HOGARES CON MAYORES DE 65 AÑOS.	5
EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS DE CONSUMO PARA LOS HOGARES SENIOR.	7
LA PÉRDIDA DE PODER ADQUISITIVO: EVOLUCIÓN INTERANUAL 2009-2015.	9

RESULTADOS DESTACADOS EN FEBRERO-2016

- Este mes de febrero. la **tasa de variación anual del IPCSenior** ha tenido un comportamiento muy semejante al IPC General para España: un descenso del **-0.3%** frente a un **-0.4%**. respectivamente. (Ver tabla 1)
- Aunque el resultado es muy similar, las causas y los productos que han llegado a esa situación son diferentes, por lo que se corrobora la idea de que el IPC General no afecta del mismo modo al grupo senior que al del público en general, mientras que algunos colectivos de **la población senior soporta un proceso de inflación**, el resto de la población se beneficia de un proceso deflacionario. (Ver tabla 1)
- La tasa anual del mes de FEBRERO del 2016 del **IPCSenior**, es negativa en un **-0.11%**, lo que ha permitido una pequeña **ganancia de poder adquisitivo** en este colectivo de un **+0,36%**. Permite así, reducir la pérdida de poder adquisitivo acumulada desde el 2011 situándola en un **-2,6%**(ver tabla 1 y 5).
- En este proceso generalizado deflacionario, existe dos colectivos a los que su cesta de la compra es más cara o igual que la de hace un año. El colectivo de Mayores Frágiles, los compuestos por personas mayores de 80 años, y los seniors extranjeros 0,1% y 0% respectivamente.
- Los **grupos de productos** que, en este mes de FEBRERO, han supuesto una mayor **erosión** en su cesta de la compra y en sus presupuestos han sido: **Seguros ligados a la vivienda, Vacaciones y Teléfonos fijos**". (Ver tabla 3).
- Por el contrario, los productos que han permitido una **rebaja** en el presupuesto de sus hogares ha sido, **"Pescado Fresco o refrigerado"** este producto compensa el impacto que en el IPC general han tenido los carburantes, y que los mayores no lo disfrutaban de la misma medida, y la **"electricidad"**. (Ver tabla 4).
- Los hogares senior pagan al año en España, en concepto de IVA **1.966,75 €** anuales.
- Es el **tercer capítulo de gasto** anual en los hogares senior: Alimentación 22,4%, Vivienda un 14,5% y e IVA, un **12,1%**.
- En el periodo 2010-2015, las pensiones se han revalorizado de media en 47,59 €/mes, y el impacto del incremento del IVA ha supuesto 30,37€, Es decir, el incremento del IVA, **ha absorbido el 64% del incremento** de la revalorización de las pensiones.

¿CÓMO INFLUYE EL IPC EN LOS DIFERENTES GRUPOS DE HOGARES SENIOR?

- Este mes de febrero, la tasa de variación anual del IPCSenior ha tenido un comportamiento muy semejante al IPC General para España: un descenso del **-0.3%** frente a un **-0.4%**, respectivamente.
- En este proceso generalizado deflacionario, existe dos colectivos a los que su cesta de la compra es más cara o igual que hace un año. El colectivo compuesto por mayores de 80, "Frágiles", La tasa interanual del IPCSenior para dichos colectivos es del +0.11% y los extranjeros 0,0%.

El resto de colectivos, se han visto beneficiados por una bajada en los precios de los artículos que consumen, llevando su tasa interanual a valores negativos, pero siempre lejos de la tasa para el IPC General.

TABLA 1: DETALLE DEL IMPACTO DEL IPC EN LOS GRUPOS DE HOGARES SENIORS

	Variación mensual	Variación acumulada	Variación anual	Poder adquisitivo
IPG General a feb 2016	-0,4%	-2,3%	-0,84%	
IPC Seniors Nucleo	-0,3%	-1,9%	-0,11%	0,36%
Frágiles	-0,3%	-2,0%	0,06%	0,19%
Solos	-0,3%	-2,0%	-0,11%	0,36%
Parejas	-0,3%	-1,8%	-0,20%	0,45%
Extranjeros	-0,3%	-2,3%	0,0%	0,27%
SP c/ niños	-0,3%	-2,0%	-0,3%	0,59%
Abuelos c/ hijos	-0,3%	-2,0%	-0,4%	0,61%

EVOLUCIÓN ANUAL DE LOS PRECIOS DE CONSUMO PARA LOS HOGARES CON MAYORES DE 65 AÑOS.

- Por grupos de productos:
 - La **alimentación y bebidas** es el capítulo más importante en el presupuesto de gasto de los hogares senior (**un 22,8% del gasto anual**). Los productos que conforman este han visto incrementarse sus precios un **1,7%** (Ver Tabal 2).
 - Los hogares seniors han visto cómo subían el precio de todos los grupos de productos que conforman su presupuesto, salvo en lo concerniente a la vivienda, al transporte y las medicinas. Destacan en este mes el incremento de los alimentos, otros bienes y servicios y el vestido y calzado.

TABLA 2. INFLUENCIA DE LOS GRUPOS DE PRODUCTOS EN LA TASA ANUAL DEL IPC DE LOS HOGARES SENIORS

	Mix	Variación	Impacto
1 Alimentos y bebidas no alcohólicas	22,8%	2,6%	0,6%
2 Vivienda	15,1%	-4,6%	-0,7%
3 Otros bienes y servicios	11,5%	1,6%	0,2%
4 Transporte	9,5%	-1,5%	-0,1%
5 Vestido y calzado	8,8%	0,5%	0,0%
6 Menaje	7,1%	0,3%	0,0%
7 Hoteles, cafés y restaurantes	7,0%	1,2%	0,1%
8 Medicina	7,0%	-0,3%	-0,0%
9 Ocio y cultura	5,8%	0,2%	0,0%
10 Comunicaciones	3,3%	1,1%	0,0%
11 Bebidas alcohólicas y tabaco	1,7%	0,7%	0,0%
12 Enseñanza	0,3%	0,2%	0,0%
DIFERENCIA TASA ANUAL IPC Senior	100,0%	0,1%	0,1%

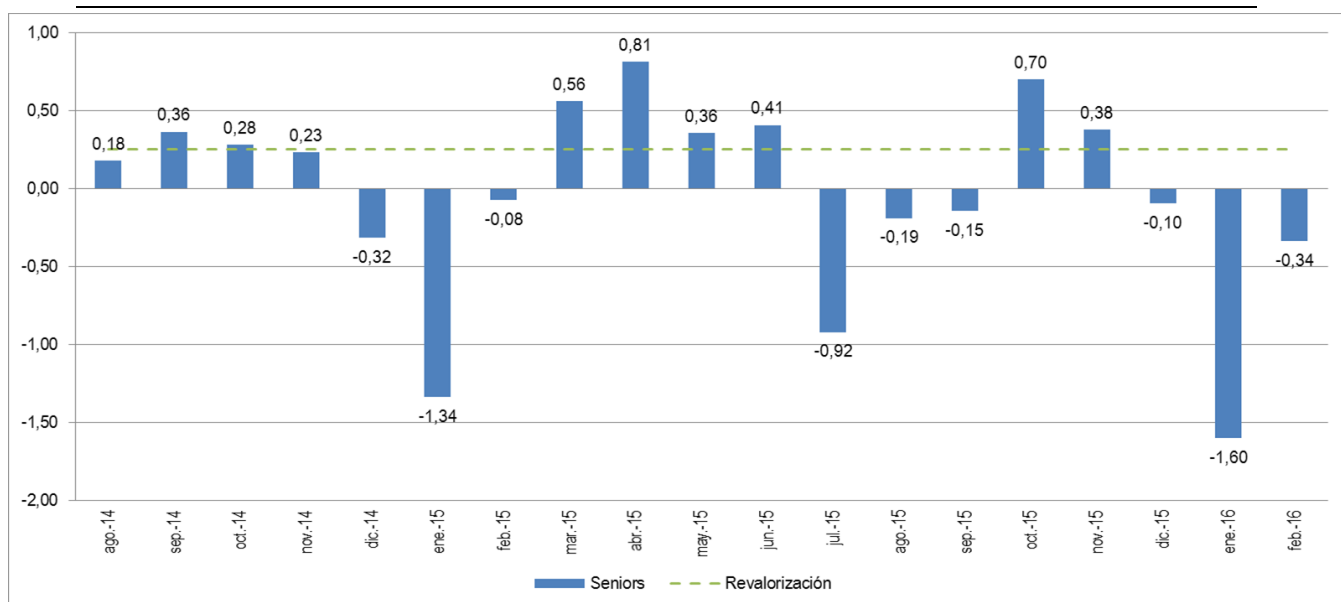
- Evolución.

- La **tasa anual** del IPC Senior en el mes de FEBRERO es del **-0,11%**, treinta décimas inferior a la registrada en el mes de enero (+0,21%).
- Puede observarse en el Gráfico 1, como esta tasa está por debajo de la línea de revalorización de las pensiones, lo que permite ir recuperando la pérdida de poder adquisitivo que han sufrido los senior durante la crisis.

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN TASA ANUAL DEL IPC: ÍNDICE GENERAL Y SENIORS Y REVALORIZACIÓN DE LAS PENSIONES



GRÁFICO 2. EVOLUCIÓN TASA MENSUAL DEL IPC: ÍNDICE GENERAL Y SENIORS.



EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS DE CONSUMO PARA LOS HOGARES SENIOR.

- En **FEBRERO** la tasa de variación mensual del IPC Senior es **-0,3%**, frente a un **-0.4%** del índice mensual general.
- Por su parte, los grupos con mayor **repercusión positiva** en este índice, son los seguros ligados a la vivienda, los viajes y vacaciones y las telecomunicaciones:

TABLA 3. PRODUCTOS CON MAYOR REPERCUSIÓN PARA POSITIVA EN LA TASA MENSUAL DEL IPC SENIOR

			Tasa mensual	Repercusión	Reperc. IPC Senior
1	Otros bienes y servicios	Seguros Ligados A La Vivienda.	3,1%	1,159%	0,039%
2	Ocio y cultura	Vacaciones Todo Incluido.	1,7%	1,449%	0,027%
3	Comunicaciones	Teléfonos Fijos.	1,5%	1,319%	0,022%
4	Alimentos y bebidas no alcohólicas	Hortalizas Cultivadas Por Su Fruto (Frescas O	3,1%	0,535%	0,017%
5	Comunicaciones	Teléfonos Móviles.	1,5%	1,345%	0,017%
6	Hoteles, cafés y restaurantes	Servicios De Alojamiento En Hoteles.	4,2%	0,337%	0,014%
7	Alimentos y bebidas no alcohólicas	Legumbres Y Hortalizas En Conserva O Preparadas Y	2,9%	0,388%	0,012%
8	Alimentos y bebidas no alcohólicas	Hortalizas Con Raíz O Bulbo Y Setas (Frescas O	3,1%	0,295%	0,010%
9	Alimentos y bebidas no alcohólicas	Hortalizas De Hoja O De Tallo (Frescas O Refrigeradas).	3,1%	0,253%	0,008%
10	Vivienda	Gas Ciudad Y Natural (Vivienda Principal).	0,7%	1,079%	0,008%

0,18%

TABLA 4. PRODUCTOS CON MAYOR REPERCUSIÓN PARA NEGATIVA EN LA TASA MENSUAL DEL IPC SENIOR

			Tasa mensual	Repercusión	Reperc. IPC Senior
253	Alimentos y bebidas no alcohólicas	PESCADOS FRESCOS O REFRIGERADOS	-8,7%	1,323%	-0,122%
252	Vivienda	ELECTRICIDAD (VIVIENDA PRINCIPAL).	-2,2%	3,413%	-0,079%
251	Transporte	CARBURANTES Y LUBRICANTES.	-1,8%	4,357%	-0,063%
250	Vivienda	COMBUSTIBLES LÍQUIDOS (VIVIENDA PRINCIPAL).	-5,7%	0,771%	-0,048%
249	Vestido y calzado	ROPA DE MUJER CONFECCIONADA O HECHA A MEDIDA.	-2,0%	2,131%	-0,045%
248	Vestido y calzado	ROPA DE MUJER CONFECCIONADA O HECHA A MEDIDA.	-1,5%	2,131%	-0,033%
247	Vestido y calzado	ROPA PARA HOMBRE CONFECCIONADA O HECHA A MEDIDA.	-2,8%	1,283%	-0,033%
246	Vestido y calzado	ROPA PARA HOMBRE CONFECCIONADA O HECHA A MEDIDA.	-1,6%	1,283%	-0,018%
245	Alimentos y bebidas no alcohólicas	CÍTRICOS (FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS).	-2,7%	0,447%	-0,013%
244	Alimentos y bebidas no alcohólicas	CRUSTÁCEOS Y MOLUSCOS FRESCOS, REFRIGERADOS O	-1,8%	0,604%	-0,012%

- Entre los grupos con **repercusión negativa** en este índice, destacan:
 - El grupo de productos de los Pescados frescos o refrigerados, que representa en el presupuesto del hogar de los mayores un 1,32%, presenta este mes una rebaja en sus precios del -8,7%, fruto de la finalización de las campañas navideñas., Su impacto en el IPC Senior mensual es de un -0.122%, casi un tercio del descenso general de su cesta de la compra se deben a estos productos.
 - La electricidad es otro capítulo donde descienden los precios. Si bien el comportamiento de la energía es muy positivo, y las condiciones climatológicas ha permitido abaratar la electricidad, el resto de los componentes fijos de las facturas, términos de potencia, contadores, etc., ha amortiguado ese descenso. Aun así, los hogares senior, han tenido este mes un impacto positivo.
 - Destacan también descenso en algunos subgrupos del capítulo de “Vestido y Calzado”, fruto posiblemente de un alargamiento de las rebajas, o de comparación del mes de febrero con las compras navideñas.

En el capítulo de los gastos inherentes a la vivienda destaca por el descenso los precios de la electricidad, -4,6%, descenso que se ha visto frenado por la congelación de los precios de los peajes de los términos de potencia, alquileres de contadores, peajes por comercialización, que suponen unos conceptos fijos en la factura de la luz.

LA PÉRDIDA DE PODER ADQUISITIVO: EVOLUCIÓN INTERANUAL 2009-2016.

- En las siguientes tablas se aprecia cómo el desfase entre el índice de revalorización de las pensiones y el IPCSenior, ha provocado una pérdida del poder adquisitivo de nuestros mayores, y que llegó a un -4,0%.
- El proceso deflacionario de estos dos últimos años, no ha cerrado ni compensado dicha pérdida, si bien va reduciéndose todavía no se ha cerrado. (Ver Gráfico 1).
- la evolución del precio de la lista de la compra de los hogares senior, frente al del Índice General ha sido superior desde el año 2011 hasta el 2014, lo que supuso una pérdida de poder adquisitivo del 4,0%. Esta situación va corrigiéndose en los años 2013-2016 de forma lenta, situando la pérdida del poder adquisitivo en un **2,9%**.
- La situación del poder adquisitivo de los mayores en inferior en un **2,6%** a la que tenían en el 2011, hace 6 años.

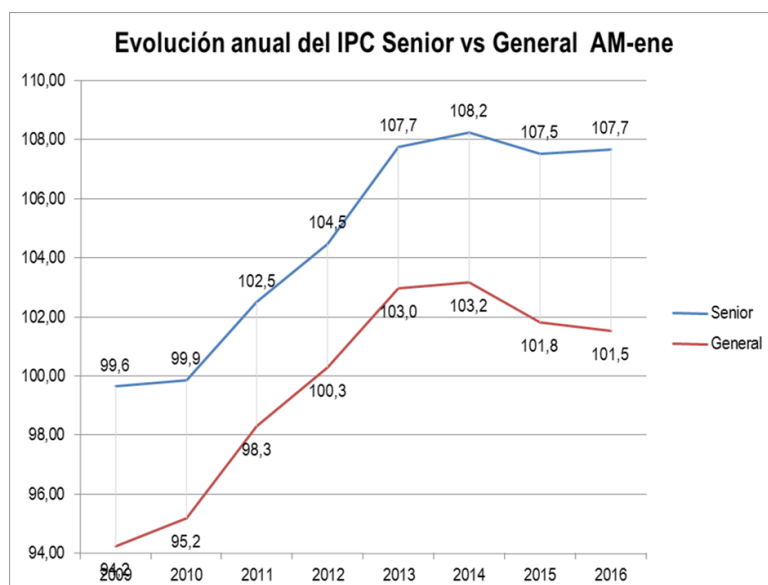
TABLA 5. EVOLUCIÓN ANUAL DEL IPC SENIOR

Año	Índice		vs aa		% Acum (vs mm 2009)		Dif IPC Senior vs General	Poder adquisitivo Pérdida / ganancia	Revalo- rizacion	Revol. Acum
	Senior	General	Senior	General	Senior	Nacional				
2009	99,61	94,24					5,7%	0,0%	0,00	0,0%
2010	99,60	95,03	-0,0%	0,8%	-0,01%	0,83%	4,8%	2,3%	2,30%	2,3%
2011	102,58	98,44	3,0%	3,6%	2,99%	4,45%	4,2%	-0,7%	0,00%	2,3%
2012	104,54	100,38	1,9%	2,0%	4,95%	6,52%	4,1%	-1,6%	1,00%	3,3%
2013	107,83	103,14	3,1%	2,8%	8,26%	9,45%	4,5%	-3,9%	1,00%	4,4%
2014	108,19	103,13	0,3%	-0,0%	8,61%	9,43%	4,9%	-4,0%	0,25%	4,6%
2015	107,43	102,02	-0,7%	-1,1%	7,85%	8,26%	5,3%	-3,0%	0,25%	4,9%
2016	107,31	101,16	-0,8%	-1,9%	7,73%	7,34%	6,1%	-2,6%	0,25%	5,1%

Base 100 Media 2011

Valores del mes en el año anterior

En el siguiente gráfico se ve cómo la diferencia del precio de la cesta de la compra entre el Índice General y el Índice Senior, lejos de acercarse, cada año se va incrementando.



MÁS INFORMACIÓN

IDEA

- NOTA DE PRENSA Y GRÁFICOS. Y ANEXOS

Web IDEA: www.ideainnovacion.com

jso@ideainnovacion.com