



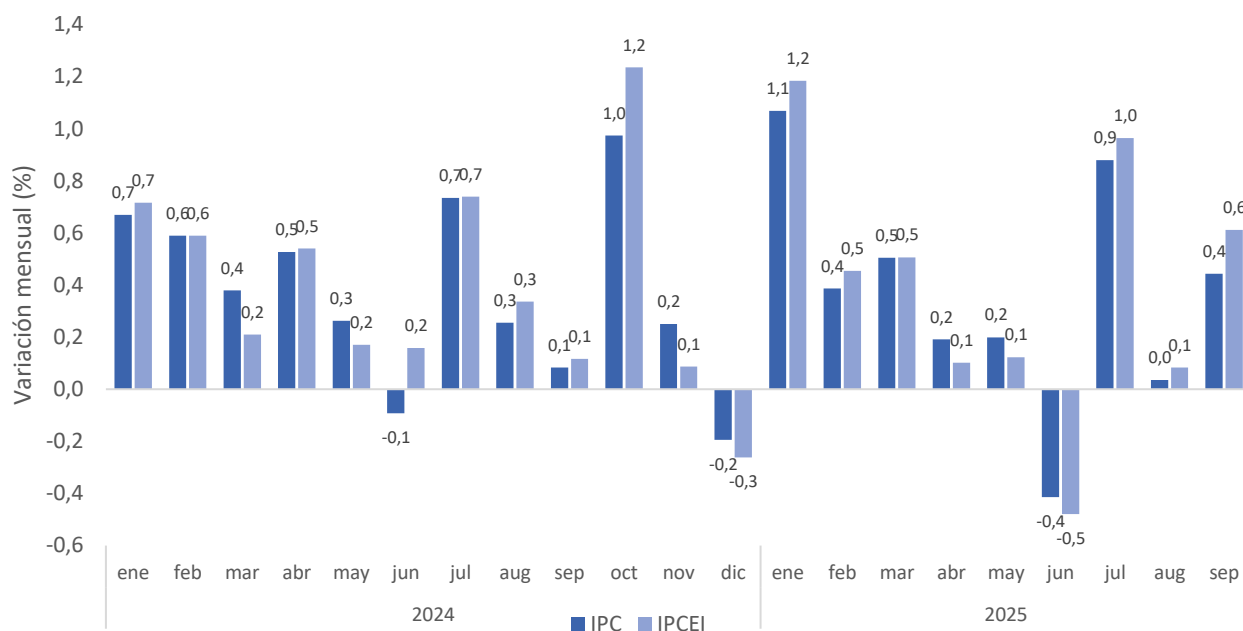
ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE ESCASOS INGRESOS SUBE 0,6% EN SEPTIEMBRE RESPECTO AL MES ANTERIOR¹

RESUMEN EJECUTIVO

- En septiembre, el IPCEI anotó un aumento mensual de 0,6%, superando el alza de 0,4% del IPC general (Gráfico 1).
- La variación mensual del IPCEI se explica principalmente por los aumentos registrados en las divisiones de **Alimentos y Bebidas No Alcohólicas, y Vivienda y Servicios Básicos**.
- Destacan las alzas en tomates (19%) y pan (1,7%) y la caída en suscripción de contenidos audiovisuales (-1,8%).

¹ El Índice de precios al consumidor de escasos ingresos, IPCEI, mide el costo de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo de los hogares situados en el 20% inferior de la distribución de ingresos. La evolución de este indicador permite conocer cómo cambia en el tiempo el costo de la vida del quintil de la población menos favorecido.

Gráfico 1. Variación mensual IPC e IPCEI



Fuente: Elaborado por Clapes UC a partir de datos IPC INE.

EN SEPTIEMBRE, EL IPCEI ANOTÓ UN AUMENTO MENSUAL DE 0,6%

En septiembre, el IPCEI registró un alza mensual de 0,6%, con diez de sus trece divisiones aportando incidencias positivas, dos con incidencias negativas y una con incidencia nula.

Entre las divisiones que contribuyeron positivamente al IPCEI destacan Alimentos y Bebidas No Alcohólicas, que incidió en 0,319 pp (0,185 pp en el IPC) y Vivienda y Servicios Básicos, con una incidencia mensual de 0,059 pp (0,052 pp en el IPC). En la división Alimentos y Bebidas No Alcohólicas destacan los incrementos de tomates (19%) y pan (1,7%), mientras que para el aumento de Vivienda y Servicios Básicos destaca el incremento de las categorías de suministro de agua (1,1%) y arriendo (0,3%).

Por otro lado, entre las divisiones que disminuyeron destacan Información y Comunicación con una incidencia mensual de -0,016 pp (-0,014 pp en el IPC), y

Bebidas Alcohólicas y Tabaco, que incidió en -0,007 pp (-0,009 pp en el IPC). En Información y Comunicación destaca la caída de suscripción de contenidos audiovisuales (-1,8%) y televisores (-1,7%). En Bebidas Alcohólicas y Tabaco destaca la caída de cervezas (-0,7%) y vinos (-0,5%).

En términos interanuales, el IPCEI anotó una variación de 4,7%, superior al 4,4% registrado por el IPC general. Las mayores incidencias a 12 meses en el IPCEI provinieron de las divisiones Vivienda y Servicios Básicos (2,217 pp.) y Alimentos y Bebidas No Alcohólicas (1,405 pp.), mientras que en el IPC general dichas categorías aportaron 1,716 y 1,093 pp., respectivamente.

Tabla 1. Incidencias y variaciones por división septiembre 2025 IPC, IPCEI.

División	IPC					IPCEI				
	Ponderación	Var. Mensual	Incidencia Mensual	Var. 12 meses	Incidencia 12 meses	Ponderación	Var. Mensual	Incidencia Mensual	Var. 12 meses	Incidencia 12 meses
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	22,15	0,8	0,185	4,9	1,093	32,41	1,0	0,319	4,4	1,405
BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO	3,68	-0,3	-0,009	3,9	0,140	3,19	-0,2	-0,007	3,7	0,116
VESTUARIO Y CALZADO	2,90	1,4	0,035	-2,8	-0,078	2,95	1,8	0,048	-2,6	-0,073
VIVIENDA Y SERVICIOS BÁSICOS	16,76	0,3	0,052	9,8	1,716	18,55	0,3	0,059	11,4	2,217
EQUIPAMIENTO Y MANTENCIÓN DEL HOGAR	6,19	0,5	0,031	0,3	0,015	4,71	0,8	0,034	-0,3	-0,015
SALUD	8,21	0,2	0,018	4,9	0,402	6,46	0,2	0,016	5,0	0,322
TRANSPORTE	13,45	0,0	-0,004	0,4	0,059	11,06	0,5	0,049	0,5	0,056
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	6,65	-0,2	-0,014	0,4	0,026	7,06	-0,2	-0,016	0,8	0,054
RECREACIÓN, DEPORTES Y CULTURA	4,75	1,3	0,059	3,2	0,149	3,29	0,9	0,028	0,0	-0,001
EDUCACIÓN	4,20	0,0	0,000	5,3	0,227	2,21	0,0	0,000	5,6	0,127

RESTAURANTE S Y ALOJAMIENTO	6,22	0,7	0,048	6,6	0,429	4,02	0,8	0,033	6,7	0,280
SEGUROS Y SERVICIOS FINANCIEROS	1,10	0,4	0,004	2,0	0,021	0,30	0,4	0,001	1,9	0,005
BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	3,73	1,1	0,040	4,9	1,093	3,79	1,3	0,048	4,4	1,405

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE.

Nota: En color rojo se destacan las dos mayores incidencias para cada índice y en verde la menor.

BRECHAS ENTRE LA INFLACIÓN MEDIDA POR EL IPCEI E IPC GENERAL

Respecto a la brecha² de inflación mensual, esta fue de 0,17 pp., lo que indica que en septiembre los hogares de escasos ingresos enfrentaron un mayor aumento de precios. Esta diferencia se explica porque el ponderador de la categoría con mayor incidencia positiva este mes, Alimentos y Bebidas No Alcohólicas, es mayor en el IPCEI que en el IPC general.

EN SEPTIEMBRE, DESTACA EL AUMENTO DE PRECIOS DE TOMATES Y PAN

Para el consumidor de escasos ingresos, los productos que presentaron mayores variaciones mensuales en la división de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas fueron tomates (19%) y pan (1,7%) (Tabla 3), donde ambos productos presentan una mayor ponderación en el IPCEI que en el IPC General. En la división de Viviendas y Servicios Básicos, las categorías con mayores incrementos son suministro de agua (1,1%) y arriendo (0,3%) donde el primer producto presenta una mayor ponderación en el IPCEI que en el IPC general.

² La brecha es medida como la variación mensual del IPCEI menos la variación mensual del IPC general.

Tabla 3. Incidencias y variaciones mensuales por producto septiembre 2025 IPC, IPCEI.

PRODUCTOS	DIVISIÓN	PONDERACIÓN		IPCEI	
		IPC	IPCEI	Var. Mensual (%)	Incidencia mensual
TOMATES	ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	0,34	0,54	19,03	0,085
PAN		2,22	4,59	1,66	0,074
CARNE DE POLLO		1,03	1,85	1,94	0,040
ACEITE VEGETAL Y DE MARAVILLA		0,32	0,61	5,28	0,026
VERDURAS DE ESTACIÓN		0,41	0,58	3,69	0,021
SUMINISTRO DE AGUA	VIVIENDAS Y SERVICIOS BÁSICOS	1,49	2,36	1,05	0,024
ARRIENDO		7,20	7,04	0,27	0,019
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD		2,21	3,28	0,17	0,009
SERVICIOS PARA EL MANTENIMIENTO DE LA VIVIENDA		1,04	0,76	0,63	0,005
GAS LICUADO		1,38	2,34	0,15	0,004

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE.

Nota: En color rojo se destacan las dos incidencias mayores para cada división y en verde la menor.