



República de Panamá  
**CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA**  
Instituto Nacional de Estadística y Censo

**Índice de Precios al Consumidor (IPC): Marzo 2026**

*El IPC Nacional Urbano, de marzo de 2026 con relación a febrero, presentó una variación mensual de 0.9%.*

*El IPC de la provincia de Panamá, de marzo de 2026 con relación a febrero, reflejó una variación mensual de 0.6%.*

*El IPC del Resto Urbano, de marzo de 2026 con relación a febrero, mostró una variación mensual de 1.0%.*

Marzo 2026 Base 2024 =100	
Var. mensual Nacional Urbano	0.9%
Var. mensual provincia de Panamá	0.6%
Var. mensual Resto Urbano	1.0%
IPC Nacional Urbano	101.0

**Comentario del IPC Nacional Urbano de marzo de 2026 con relación a febrero:**

El IPC Nacional Urbano, marzo de 2026 comparado con febrero, experimentó un aumento de 0.9%.

Las divisiones que reflejaron crecimientos fueron: Transporte en 3.5%; Vivienda, agua, electricidad y gas; y Muebles, equipo doméstico y mantenimiento rutinario del hogar, ambos, 0.8%; Cuidado personal, protección social y bienes y servicios diversos, 0.5%; Alimentos y bebidas no alcohólicas; Servicios de restaurantes y alojamientos; y Seguros y servicios financieros, todos 0.3%; Recreación, deporte y cultura, 0.2%; y Salud, 0.1%.

El incremento en la división de Transporte fue por el aumento del precio en cinco de sus diez clases. La mayor variación se mostró en "Combustibles y lubricantes para equipo de transporte personal", 14.6%, por el alza en el precio de diésel y gasolina.

El crecimiento registrado en la división Vivienda, agua, electricidad y gas fue por el incremento en tres de sus nueve clases. Las mayores variaciones se mostraron en "Electricidad", 4.3%; y "Gas", 1.7%.

El aumento observado en la división Muebles, equipo doméstico y mantenimiento rutinario del hogar fue por el crecimiento en tres de sus diez clases. La mayor variación se presentó en "Servicios domésticos y otros", 3.7%, por el alza en el precio de servicios domésticos por personal remunerado.



La división Cuidado personal, protección social y bienes y servicios diversos reflejó aumento en tres de sus cinco clases. La mayor variación se observó en “Joyería y relojería”, 3.4%.

El incremento reflejado en la división Alimentos y bebidas no alcohólicas fue por el alza en ocho de sus trece clases. Las mayores variaciones se presentaron en “frutas”, 1.9%, por la subida en el precio de frutas frescas; y “Pescados y otros mariscos”, 0.8%, por el aumento en el precio de Pescado fresco y refrigerado, y Camarones frescos o refrigerados.

El crecimiento observado en la división Servicios de restaurantes y alojamientos fue por el aumento de sus dos clases. Las mayores variaciones se mostraron en “Servicios de alojamiento”, 0.6%, por el ascenso en el precio de hoteles, moteles, posadas y servicios de alojamiento similares; y “Restaurantes, cafés y similares”, 0.2%.

La división Seguros y servicios financieros reflejó incremento en una de sus cuatro clases, “Seguro de automóvil”, 0.4%.

El incremento en la división Recreación, deporte y cultura fue por el aumento en seis de sus once clases. Las mayores variaciones se mostraron en “Servicios prestados por cines, teatros y salas de conciertos”, 1.2%; y “Libros”, 0.8%, por el alza en el precio de libros educativos y de texto; y otros libros.

El alza en la división Salud fue por el incremento en cinco de sus ocho clases. Las mayores variaciones se presentaron en “Inyectables”, 0.7%; “Productos médicos”, 0.5%, por el crecimiento en el precio de anticonceptivos; y “Servicios dentales”, 0.2%.

La división Servicios educativos no mostró variación.

Las divisiones que registraron decrecimientos fueron: Prendas de vestir y calzado, e Información y comunicación ambos 0.1%.

En la división Prendas de vestir y calzado hubo descenso en dos de sus cuatro clases. Las variaciones se presentaron en “Calzado”, 0.2%, por disminución en el precio de calzado para mujer, calzado para hombre y calzado para bebés y niños, y “Prendas de vestir”, 0.1%, por la reducción en el precio de prendas para hombres o niños, prendas para bebés (0 a 2 años), y prendas para mujeres o niñas.

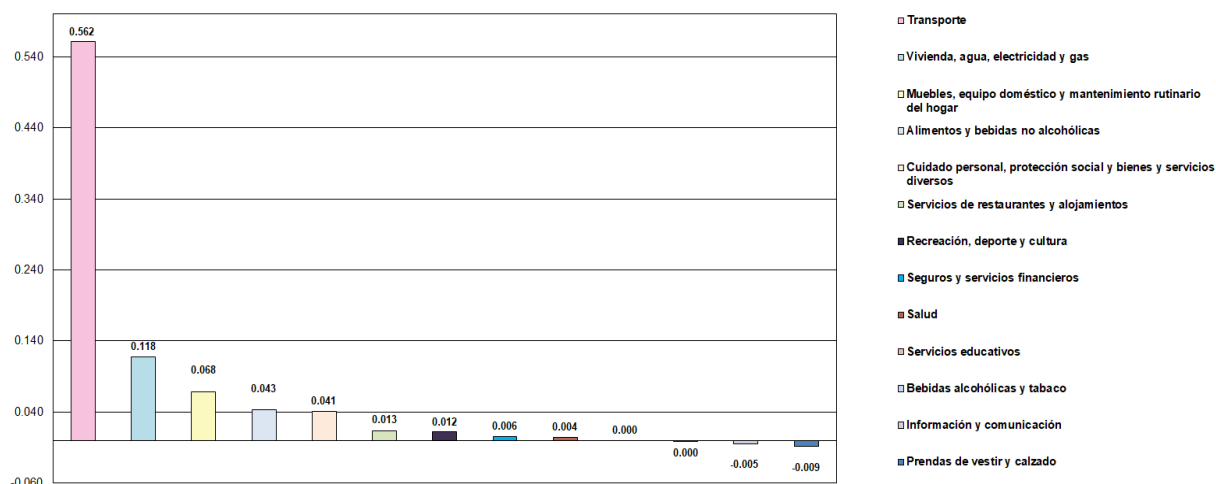
En la división Información y comunicación el decrecimiento fue en cuatro de sus nueve clases. La mayor variación se observó en “Equipo de procesamiento de información”, 3.6%, por la baja en el precio de ordenadores portátiles e Impresoras, tóner y tintas.

La división Bebidas alcohólicas y tabaco presentó una leve variación.



A continuación, se presenta la gráfica con la incidencia mensual por división del IPC Nacional Urbano, de marzo 2026:

**Gráfica 1. INCIDENCIA MENSUAL DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR NACIONAL URBANO: MARZO 2026**



Incidencia: Corresponde a la contribución de cada división respecto a la variación total del Índice Nacional Urbano; por ello, la suma de las incidencias da como resultado la variación del índice.

**CUADRO 1. INCIDENCIA Y VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR NACIONAL URBANO, SEGÚN DIVISIÓN DE ARTÍCULOS Y SERVICIOS: MARZO 2026**  
BASE 2024=100

División de artículos y servicios	Ponderaciones	Incidencia	Variación mensual
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>0.9</b>	<b>0.9</b>
Alimentos y bebidas no alcohólicas	16.8	0.043	0.3
Bebidas alcohólicas y tabaco	1.8	0.000	0.0
Prendas de vestir y calzado	7.2	-0.009	-0.1
Vivienda, agua, electricidad y gas	13.8	0.118	0.8
Muebles, equipo doméstico y mantenimiento rutinario del hogar	9.1	0.068	0.8
Salud	4.7	0.004	0.1
Transporte	16.4	0.562	3.5
Información y comunicación	6.3	-0.005	-0.1
Recreación, deporte y cultura	5.3	0.012	0.2
Servicios educativos	3.3	0.000	-
Servicios de restaurantes y alojamientos	4.6	0.013	0.3
Seguros y servicios financieros	2.0	0.006	0.3
Cuidado personal, protección social y bienes y servicios diversos	8.7	0.041	0.5

- Cantidad nula o cero.

0.0 Cuando la cantidad es menor a la mitad de la unidad o fracción decimal adoptada, para la expresión del dato.