

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
TOTAL.....	100,0		
1. ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	32,1	100,0	
1.1 Alimentos.....	22,6	70,3	100,0
1.1.1 Pan y cereales.....	4,2	12,9	18,5
1.1.1.1 Pan fresco.....	1,2	3,8	5,3
Pan de micha.....	0,3	0,9	1,3
Pan de molde.....	0,5	1,7	2,4
Pan de flauta.....	0,4	1,2	1,6
1.1.1.2 Galletas.....	0,2	0,4	0,8
Galletas dulces.....	0,1	0,2	0,4
Galletas saladas.....	0,1	0,2	0,4
1.1.1.3 Dulces.....	0,2	0,5	0,8
Dulces.....	0,2	0,5	0,8
1.1.1.4 Arroz.....	1,8	5,7	8,2
Arroz de 1era.....	1,1	3,4	4,9
Arroz especial.....	0,7	2,3	3,3
1.1.1.5 Crema y harinas.....	0,2	0,6	0,8
Crema de maíz.....	0,1	0,3	0,4
Harina de trigo.....	0,1	0,3	0,4
1.1.1.6 Cereales.....	0,3	1,0	1,4
Hojuelas de maíz.....	0,3	1,0	1,4
1.1.1.7 Pastas.....	0,3	0,9	1,2
Macarrones.....	0,2	0,7	0,9
Coditos.....	0,1	0,2	0,3
1.1.2 Carnes.....	8,0	25,1	35,6
1.1.2.1 Carne de res.....	3,0	9,4	13,3
Babilla.....	0,7	2,2	3,1
Bistec de cinta.....	0,5	1,4	2,0
Bistec picado.....	0,1	0,4	0,6
Carne molida.....	0,4	1,3	1,9
Jarrete.....	0,2	0,5	0,7
Pecho.....	0,1	0,4	0,5
Pulpa negra.....	0,6	2,0	2,8
Rincón.....	0,4	1,2	1,7
1.1.2.2 Carne de cerdo.....	0,7	2,1	3,0
Chuleta.....	0,3	0,8	1,2
Costilla.....	0,1	0,5	0,6
Puerco liso.....	0,3	0,8	1,2
1.1.2.3 Carne de pollo.....	3,0	9,3	13,2
Pollo entero sin plumas.....	2,0	6,3	9,0
Pechuga de pollo.....	0,8	2,5	3,5
Alas de pollo.....	0,2	0,5	0,7

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Continuación)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
1.1.2.4 Carnes preparadas.....	1,3	4,3	6,1
Carne de res y cerdo en lata.....	0,1	0,4	0,6
Jamón.....	0,4	1,3	1,8
Mortadela nacional.....	0,2	0,6	0,8
Salchichas nacionales.....	0,6	2,0	2,9
1.1.3 Pescado.....	0,8	2,7	3,8
1.1.3.1 Pescado fresco.....	0,5	1,7	2,3
Cojinoa.....	0,2	0,7	0,9
Corvina blanca.....	0,3	1,0	1,4
1.1.3.2 Pescado en conserva.....	0,3	1,0	1,5
Atún.....	0,3	1,0	1,5
1.1.4 Leche, quesos y huevo.....	2,9	8,8	12,6
1.1.4.1 Leche.....	1,8	5,4	7,7
Leche en polvo.....	0,5	1,5	2,2
Leche evaporada.....	0,5	1,4	2,0
Leche fresca y pasteurizada.....	0,8	2,5	3,5
1.1.4.2 Quesos.....	0,7	2,2	3,1
Queso amarillo.....	0,6	1,9	2,7
Queso blanco.....	0,1	0,3	0,4
1.1.4.3 Huevos.....	0,4	1,2	1,8
Huevos de gallina.....	0,4	1,2	1,8
1.1.5 Aceites y mantecas.....	0,9	2,6	3,7
Aceite vegetal, nacional.....	0,6	1,8	2,6
Aceite vegetal, importado.....	0,1	0,3	0,4
Mantequilla.....	0,1	0,2	0,3
Margarina.....	0,1	0,3	0,4
1.1.6 Legumbres y verduras frescas.....	1,8	5,6	7,9
1.1.6.1 Legumbres.....	0,9	2,8	4,0
Ají dulce pimienta.....	0,1	0,2	0,3
Ajo.....	0,1	0,2	0,2
Cebolla.....	0,2	0,6	0,9
Lechuga.....	0,1	0,4	0,6
Repollo.....	0,1	0,4	0,6
Tomate nacional.....	0,2	0,7	1,0
Zanahoria.....	0,1	0,3	0,4
1.1.6.2 Verduras frescas.....	0,9	2,8	3,9
Ñame.....	0,2	0,7	1,0
Papas.....	0,3	0,9	1,3
Plátano.....	0,4	1,2	1,6

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Continuación)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
1.1.7 Vegetales secos y en conserva.....	0,7	2,1	3,1
1.1.7.1 Vegetales secos	0,5	1,4	2,1
Lentejas.....	0,2	0,6	0,9
Porotos.....	0,3	0,8	1,2
1.1.7.2 Vegetales en conserva.....	0,2	0,7	1,0
Frijoles con puerco, en salsa de tomate.....	0,2	0,7	1,0
1.1.8 Frutas frescas.....	0,7	2,2	3,0
Guineo.....	0,1	0,4	0,5
Manzana.....	0,2	0,6	0,8
Naranja.....	0,2	0,7	1,0
Uvas.....	0,2	0,5	0,7
1.1.9 Azúcar.....	0,4	1,3	1,9
Azúcar blanca.....	0,4	1,3	1,9
1.1.10 Café y té.....	0,4	1,3	2,0
Café molido.....	0,3	1,1	1,6
Té.....	0,1	0,2	0,4
1.1.11 Otros alimentos incluso conserva.....	1,8	5,7	7,9
Salsa dulce (ketchup).....	0,1	0,4	0,5
Pasta de tomate.....	0,3	0,9	1,2
Salsa de tomate con hongos.....	0,2	0,7	1,0
Mayonesa.....	0,2	0,6	0,8
Sal.....	0,1	0,3	0,4
Salsa china.....	0,1	0,3	0,4
Tortilla de maíz.....	0,2	0,6	0,9
Sopas deshidratadas de pollo con fideos.....	0,3	1,0	1,4
Papitas.....	0,1	0,3	0,4
Helados.....	0,2	0,6	0,9
1.2 Bebidas.....	3,0	9,4	100,0
1.2.1 Bebidas no alcohólicas.....	1,8	5,6	59,8
Bebidas de frutas.....	0,1	0,5	5,7
Jugo de manzana.....	0,1	0,3	3,7
Jugo de naranja.....	0,4	1,2	12,5
Jugo de pera.....	0,2	0,6	6,0
Refrescos en polvo.....	0,1	0,3	2,9
Soda en envase plástico.....	0,9	2,7	29,0
1.2.2 Bebidas alcohólicas.....	1,2	3,8	40,2
Seco.....	0,3	0,9	9,1
Cerveza.....	0,9	2,9	31,1

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Continuación)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
1.3 Comidas fuera del hogar.....	6,5	20,3	100,0
Comida en restaurante.....	6,0	18,7	92,1
Comidas rápidas.....	0,5	1,6	7,9
2. VESTIDO Y CALZADO.....	9,3	100,0	
2.1 Vestido.....	6,8	72,7	100,0
2.1.1 Prendas de vestir para hombre y niño.....	2,9	31,0	42,7
2.1.1.1 Hombre y niño mayor de 11 años.....	2,4	25,8	35,5
Suéter.....	0,5	5,5	7,6
Pantalón de algodón.....	0,2	2,8	3,9
Pantalón diablo fuerte.....	0,8	8,4	11,5
Camisa.....	0,5	5,1	6,9
Camiseta de algodón.....	0,1	0,8	1,1
Calzoncillo.....	0,2	2,2	3,1
Medias.....	0,1	1,0	1,4
2.1.1.2 Niño de 3 a 11 años.....	0,5	5,2	7,2
Suetér.....	0,3	3,1	4,3
Calzoncillo.....	0,1	1,2	1,7
Medias.....	0,1	0,9	1,2
2.1.2 Prendas de vestir para mujer y niña.....	3,3	35,4	48,7
2.1.2.1 Mujer y niña mayor de 11 años.....	2,9	31,3	43,0
Vestido.....	0,7	7,5	10,3
Blusa.....	0,3	3,1	4,2
Suéter.....	0,2	2,1	2,9
Pantalón.....	0,1	1,8	2,5
Pantalón diablo fuerte.....	0,4	4,3	6,0
Juego de falda y camisa.....	0,2	2,2	3,1
Juego de Pantalón y camisa.....	0,1	1,2	1,6
Sostén.....	0,3	2,9	4,0
Panties.....	0,3	3,0	4,1
Pantimedias.....	0,3	3,2	4,3
2.1.2.2 Niña de 3 a 11 años.....	0,4	4,1	5,7
Vestido.....	0,3	2,9	4,0
Panties.....	0,1	1,2	1,7
2.1.3 Prendas de vestir para bebé.....	0,4	4,3	5,8
Pañales desechables.....	0,4	4,3	5,8
2.1.4 Accesorios de vestir y otros artículos.....	0,2	2,0	2,8
Cremallera.....	0,1	0,5	0,7
Ganchos para el cabello.....	0,1	1,5	2,1

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Continuación)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
2.2 Calzado.....	2,5	27,3	100,0
2.2.1 Calzados para hombre y niño.....	1,1	12,1	44,3
2.2.1.1 Hombre y niño mayor de 11 años.....	0,9	9,9	36,3
Zapatos.....	0,5	5,6	20,6
Zapatillas.....	0,4	4,3	15,7
2.2.1.2 Niño de 3 a 11 años.....	0,2	2,2	8,0
Zapatillas.....	0,2	2,2	8,0
2.2.2 Calzados para mujer y niña.....	1,3	13,5	49,6
2.2.2.1 Mujer y niña mayor de 11 años.....	1,3	13,5	49,6
Zapatos de tacón alto.....	0,4	3,8	13,8
Zapatos de tacón mediano.....	0,4	4,3	15,9
Zapatos de tacón bajo.....	0,2	2,7	9,9
Sandalias.....	0,3	2,7	10,0
2.2.3 Reparación y limpieza de calzado.....	0,1	1,7	6,1
Reparación de calzado de mujer.....	0,1	1,3	4,6
Betún.....	0,0	0,4	1,5
3. VIVIENDA, AGUA, ELECTRICIDAD Y GAS.....	9,9	100,0	
3.1 Alquiler.....	3,3	32,7	100,0
Alquiler.....	3,3	32,7	100,0
3.2 Mantenimiento ordinario y reparación de la vivienda.....	1,5	16,0	100,0
Servicio de plomería.....	0,8	8,1	50,7
Pintura.....	0,6	6,2	38,8
Puerta de madera.....	0,1	1,7	10,5
3.3 Otros servicios para la vivienda.....	4,4	43,9	100,0
3.3.1 Agua.....	1,2	11,8	27,0
Agua.....	1,2	11,8	27,0
3.3.2 Electricidad.....	2,7	27,2	61,9
Energía eléctrica.....	2,7	27,2	61,9
3.3.3 Servicio de recolección de basura.....	0,1	1,0	2,4
Recolección de basura.....	0,1	1,0	2,4
3.3.4 Impuesto de inmueble.....	0,2	2,3	5,2
Impuesto de inmueble.....	0,2	2,3	5,2
3.3.5 Cuota para la administración.....	0,2	1,6	3,5
Cuota para la administración.....	0,2	1,6	3,5

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Continuación)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
3.4 Combustible para cocinar.....	0,7	7,4	100,0
Gas en tanque de 25 libras.....	0,5	5,2	70,0
Gas en tanque de 100 libras.....	0,2	2,2	30,0
4. MUEBLES, EQUIPO DEL HOGAR Y MANTENIMIENTO RUTINARIO DE LA CASA.....	9,8	100,0	
4.1 Muebles, accesorios y decoraciones.....	1,3	12,6	100,0
Juego de sala.....	0,5	5,0	39,4
Juego de comedor.....	0,2	2,3	18,2
Cama.....	0,4	3,6	28,3
Portarretrato.....	0,2	1,7	14,1
4.2 Artículos textiles para el hogar.....	0,7	7,4	100,0
Juego de sábanas.....	0,3	3,5	47,7
Toalla de baño.....	0,1	1,1	14,8
Juego de limpión, toalla y agarradero de olla.....	0,1	0,8	10,7
Colchón.....	0,2	2,0	26,8
4.3 Electrodomésticos.....	1,4	14,4	100,0
Estufa.....	0,4	4,2	29,5
Refrigeradora.....	0,5	4,9	33,7
Lavadora.....	0,4	3,9	27,0
Abanico.....	0,1	1,4	9,8
4.4 Cristalería, vajilla y utensilios domésticos.....	0,2	2,3	100,0
Vasos.....	0,2	2,3	100,0
4.5 Herramientas y equipo para la casa y el jardín.....	0,4	3,2	100,0
4.5.1 Material eléctrico usado en el hogar.....	0,3	2,2	68,7
Bombillos.....	0,2	1,6	50,3
Pilas.....	0,1	0,6	18,4
4.5.2 Herramientas, artículos de ferretería, jardinería y otros.....	0,1	1,0	31,3
Clavos.....	0,1	1,0	31,3
4.6 Artículos para el cuidado del hogar.....	3,2	33,1	100,0
Jabón en polvo.....	0,8	8,3	25,0
Jabón líquido para fregar.....	0,2	1,8	5,4
Remojador.....	0,1	0,7	2,3
Blanqueadores.....	0,3	2,8	8,4
Almidón.....	0,1	1,0	3,1
Suavizante.....	0,1	1,5	4,4
Desodorante ambiental.....	0,1	1,0	3,1
Insecticida.....	0,2	2,0	5,9
Escoba.....	0,1	0,9	2,7
Lampazo.....	0,1	0,7	2,3
Papel higiénico.....	0,5	5,3	16,0

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Continuación)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
4.6 Artículos para el cuidado del hogar: (Continuación)			
Papel toalla.....	0,1	0,9	2,9
Papel de aluminio.....	0,1	1,2	3,5
Fósforos.....	0,1	1,1	3,2
Bolsas plásticas para basura.....	0,1	1,4	4,2
Desinfectante.....	0,2	2,5	7,6
4.7 Servicios para el hogar, excepto el servicio doméstico.....	0,7	7,6	100,0
Lavandería.....	0,4	4,6	60,8
Lavamático- lavado.....	0,3	3,0	39,2
4.8 Servicio doméstico.....	1,9	19,4	100,0
Empleada doméstica.....	1,9	19,4	100,0
5. SALUD.....	3,2	100,0	
5.1 Productos médicos y farmacéuticos y aparatos terapéuticos.....	1,8	55,7	100,0
5.1.1 Productos médicos y farmacéuticos.....	1,5	45,3	81,3
Alcohol.....	0,1	2,1	3,8
Ungüento.....	0,1	3,7	6,5
Jarabe para la tos.....	0,2	5,8	10,3
Analgésicos.....	0,1	3,7	6,7
Antigripales.....	0,1	3,3	5,9
Antibióticos.....	0,3	8,2	14,7
Antiácidos.....	0,1	2,8	5,1
Antihipertensivos.....	0,2	6,2	11,2
Vitaminas.....	0,3	9,5	17,1
5.1.2 Aparatos terapéuticos.....	0,3	10,4	18,7
Anteojos.....	0,3	10,4	18,7
5.2 Servicios médicos y paramédicos no hospitalarios.....	1,2	39,7	100,0
Consulta médica, general.....	0,2	7,2	18,3
Consulta médica de especialistas.....	0,4	12,7	31,9
Laboratorio.....	0,3	8,8	22,1
Servicios inyectables.....	0,1	3,6	9,2
Calzas.....	0,2	7,4	18,5
5.3 Servicios de seguro de enfermedad y hospitalización.....	0,2	4,6	100,0
Seguros de enfermedad y hospitalización.....	0,2	4,6	100,0
6. TRANSPORTE.....	13,6	100,0	
6.1 Compra de vehículo.....	3,8	27,6	100,0
Automóvil.....	3,8	27,6	100,0

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Continuación)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
6.2 Artículos para el mantenimiento y reparación de vehículo.....	0,4	3,0	100,0
Aceites.....	0,2	1,8	59,0
Llantas.....	0,2	1,2	41,0
6.3 Servicios para la conservación y reparación del equipo de transporte personal.....	1,5	11,3	100,0
Lavado de automóvil.....	0,1	1,1	9,3
Cambio de aceite.....	1,2	8,5	75,9
Chapistería y pintura.....	0,2	1,7	14,8
6.4 Combustible.....	2,4	17,8	100,0
Gasolina.....	2,4	17,8	100,0
6.5 Otros gastos.....	0,2	1,5	100,0
Revisado.....	0,1	0,5	31,7
Placa.....	0,1	1,0	68,3
6.6 Servicios de seguro para vehículo.....	0,1	0,8	100,0
Seguros de auto.....	0,1	0,8	100,0
6.7 Servicios de transporte.....	5,2	38,0	100,0
6.7.1 Transporte público.....	4,3	31,9	84,0
Bus (interno).....	2,3	16,9	44,5
Bus (de un centro urbano a otro).....	0,5	3,9	10,2
Taxi.....	1,5	11,1	29,3
6.7.2 Otros servicios de transporte.....	0,9	6,1	16,0
Pasaje en avión (interno).....	0,4	2,7	7,1
Servicio de transporte escolar.....	0,5	3,4	8,9
7. ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIOS DE CULTURA.....	7,1	100,0	
7.1 Equipo y accesorios.....	2,1	28,4	100,0
Televisor.....	1,0	13,2	46,6
Videgrabadora.....	0,2	2,2	7,6
Equipo de sonido.....	0,6	7,8	27,5
Discos compactos.....	0,1	2,0	6,9
Revelado de fotos.....	0,2	3,2	11,4
7.2 Servicios recreativos y culturales.....	3,6	49,9	100,0
Centros nocturnos.....	1,2	16,7	33,4
Cine.....	0,4	5,1	10,2
Lotería billete.....	1,0	14,6	29,2
Lotería chance.....	0,5	6,1	12,3
Carreras de caballo.....	0,1	0,9	1,8
Alquiler de películas.....	0,1	1,9	3,8
Servicio de televisión por cable.....	0,3	4,6	9,3

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Continuación)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
7.3 Turismo.....	0,4	6,2	100,0
Paquetes turísticos.....	0,4	6,2	100,0
7.4 Periódicos, libros y revistas.....	0,3	4,5	100,0
Revistas.....	0,1	1,3	28,4
Periódicos.....	0,2	3,2	71,6
7.5 Otros artículos recreativos.....	0,4	6,3	100,0
Juego de mesa.....	0,4	6,3	100,0
7.6 Otros servicios.....	0,3	4,7	100,0
Servicios de veterinaria.....	0,3	4,7	100,0
8. ENSEÑANZA.....	5,2	100,0	
8.1 Servicios educativos.....	3,0	56,8	100,0
Inicial particular.....	0,2	3,3	5,8
Primaria oficial.....	0,0	0,8	1,4
Primaria particular.....	1,0	18,9	33,3
Secundaria oficial.....	0,1	2,2	3,8
Secundaria particular.....	0,9	17,9	31,5
Superior universitaria oficial.....	0,2	3,0	5,3
Superior universitaria particular.....	0,6	10,7	18,9
8.2 Material educativo.....	1,7	33,8	100,0
Textos escolares.....	0,7	14,4	42,6
Plumas.....	0,4	7,2	21,4
Cuadernos.....	0,3	5,3	15,6
Fotocopias.....	0,2	4,8	14,1
Discos compactos sin grabar.....	0,1	2,1	6,3
8.3 Equipo educativo.....	0,5	9,4	100,0
Equipo de computadora personal.....	0,5	9,4	100,0
9. BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS.....	9,8	100,0	
9.1 Artículos para el cuidado personal.....	4,0	41,9	100,0
Jabón de tocador.....	0,5	5,3	12,7
Rasuradora desechable.....	0,3	2,6	6,2
Gel para el cabello.....	0,1	1,3	3,1
Cepillo dental.....	0,1	1,1	2,5
Pasta dental.....	0,4	4,4	10,4
Tintes.....	0,1	1,5	3,4
Champú.....	0,5	5,4	12,8
Líquido para uñas.....	0,1	0,9	2,3
Desodorante para hombre.....	0,3	2,6	6,3
Desodorante para mujer.....	0,3	2,6	6,3
Crema para bebé.....	0,1	1,0	2,5
Polvo de talco.....	0,1	1,1	2,6
Cremas limpiadoras.....	0,1	1,4	3,3

Anexo 2. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN DIVISIÓN, AGRUPACIÓN, GRUPO Y SUBGRUPO DE BIENES Y SERVICIOS: OCTUBRE 2002=100 (a) (Conclusión)

División, agrupación, grupo y subgrupo de bienes y servicios	Importancia relativa		
	En el total	En la división	En la agrupación
9.1 Artículos para el cuidado personal: (Continuación)			
Polvo facial.....	0,3	3,5	8,3
Cremas perfumadas.....	0,4	4,1	9,8
Toallas sanitarias.....	0,3	3,1	7,5
9.2 Servicios de cuidado personal.....	1,0	10,8	100,0
Corte de cabello de hombre.....	0,5	4,7	43,9
Corte de cabello de mujer.....	0,2	2,3	20,8
Alisados.....	0,2	2,4	22,1
Peinado de cabello.....	0,1	1,4	13,2
9.3 Efectos personales, n.e.p.....	1,1	10,4	100,0
9.3.1 Joyería y relojería.....	0,9	8,2	78,5
Relojes.....	0,3	2,8	26,5
Sortijas.....	0,3	2,7	26,2
Collares.....	0,3	2,7	25,8
9.3.2 Otros artículos personales.....	0,2	2,2	21,5
Cartera para mujer.....	0,1	1,6	15,7
Paraguas.....	0,1	0,6	5,8
9.4 Servicios para la comunicación.....	2,2	22,4	100,0
Teléfono residencial.....	2,0	20,7	92,3
Teléfono celular.....	0,2	1,7	7,7
9.5 Otros servicios, n.e.p.....	1,3	12,4	100,0
Servicio de notaría.....	0,4	4,3	34,5
Servicios funerales.....	0,3	2,6	21,2
Gastos en pasaporte.....	0,4	3,7	29,9
Paquetes para fiestas.....	0,2	1,8	14,4
9.6 Tabaco.....	0,2	2,1	100,0
Cigarrillos.....	0,2	2,1	100,0

(a) Las ponderaciones utilizadas para el cálculo del índice se basan en los gastos de consumo de 1,956 hogares de diferentes niveles de ingreso mensual, investigados en la "Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares", realizada en los distritos de Panamá y San Miguelito en 1997-98.