

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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.....	33,6	100,0	
1.1 Alimentos.....	25,5	75,7	100,0
1.1.1 Pan y cereales.....	5,1	14,7	19,4
1.1.1.1 Pan fresco.....	1,3	3,8	5,1
Pan de micha.....	0,7	1,9	2,5
Pan de molde.....	0,5	1,5	2,1
Pan de flauta.....	0,1	0,4	0,5
1.1.1.2 Galletas.....	0,2	0,6	0,8
Galletas saladas.....	0,2	0,6	0,8
1.1.1.3 Dulces.....	0,2	0,5	0,6
Dulces.....	0,2	0,5	0,6
1.1.1.4 Arroz.....	2,3	6,9	9,0
Arroz de 1era.....	1,8	5,5	7,2
Arroz especial.....	0,5	1,4	1,8
1.1.1.5 Crema y harinas.....	0,4	1,0	1,4
Crema de maíz.....	0,2	0,5	0,7
Harina de trigo.....	0,2	0,5	0,7
1.1.1.6 Cereales.....	0,4	1,1	1,4
Hojuelas de maíz.....	0,4	1,1	1,4
1.1.1.7 Pastas.....	0,3	0,8	1,1
Macarrones.....	0,2	0,5	0,7
Coditos.....	0,1	0,3	0,4
1.1.2 Carnes.....	8,5	25,4	33,5
1.1.2.1 Carne de res.....	3,2	9,4	12,5
Babilla.....	0,3	1,0	1,3
Bistec de cinta.....	0,5	1,4	1,8
Biste picado.....	0,1	0,3	0,5
Carne molida.....	0,4	1,1	1,5
Costilla.....	0,2	0,6	0,7
Falda.....	0,3	0,7	1,0
Hígado.....	0,1	0,4	0,5
Huesos.....	0,1	0,4	0,5
Jarrete.....	0,1	0,4	0,5
Pulpa negra.....	0,9	2,6	3,5
Rincón.....	0,2	0,5	0,7
1.1.2.2 Carne de cerdo.....	0,9	2,8	3,7
Chuleta.....	0,3	1,0	1,4
Puerco liso.....	0,4	1,3	1,7
Rabito.....	0,2	0,5	0,6

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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
1.1.2.3 Carne de pollo.....	3,0	8,9	11,7
Pollo entero sin plumas	1,4	4,3	5,7
Pechuga de pollo	1,4	4,1	5,4
Alas de pollo	0,2	0,5	0,6
1.1.2.4 Carne preparada.....	1,4	4,3	5,6
Carne de res y de cerdo en lata.....	0,2	0,7	0,9
Jamón.....	0,3	0,9	1,2
Mortadela nacional.....	0,2	0,7	0,9
Salchichas nacionales.....	0,7	2,0	2,6
1.1.3 Pescado.....	1,1	3,3	4,3
1.1.3.1 Pescado fresco.....	0,8	2,3	3,0
Camarón.....	0,2	0,5	0,6
Corvina blanca.....	0,2	0,6	0,8
Pargo.....	0,3	0,8	1,0
Sierra.....	0,1	0,4	0,6
1.1.3.2 Pescado en conserva.....	0,3	1,0	1,3
Atún.....	0,3	1,0	1,3
1.1.4 Leche, quesos y huevos.....	3,3	9,9	13,1
1.1.4.1 Leche.....	2,2	6,4	8,6
Leche en polvo.....	0,7	2,0	2,7
Leche evaporada.....	0,7	2,1	2,8
Leche fresca pasteurizada.....	0,8	2,3	3,1
1.1.4.2 Quesos.....	0,7	2,2	2,8
Queso amarillo.....	0,6	1,8	2,3
Queso blanco.....	0,1	0,4	0,5
1.1.4.3 Huevos.....	0,4	1,3	1,7
Huevos de gallina.....	0,4	1,3	1,7
1.1.5 Aceites y mantecas.....	1,0	3,1	4,1
Aceite vegetal, nacional.....	0,7	2,2	2,9
Aceite vegetal, importado.....	0,1	0,4	0,5
Mantequilla.....	0,1	0,2	0,3
Margarina.....	0,1	0,3	0,4
1.1.6 Legumbres y verduras frescas.....	2,0	6,0	7,9
1.1.6.1 Legumbres.....	1,0	3,0	3,9
Ají dulce pimiento.....	0,1	0,3	0,4
Ajo.....	0,1	0,2	0,3
Apio.....	0,1	0,3	0,3
Cebolla.....	0,2	0,7	0,9
Lechuga.....	0,1	0,3	0,4
Repollo.....	0,1	0,2	0,3
Tomate Nacional.....	0,2	0,7	0,9
Zanahoria.....	0,1	0,3	0,4

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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
1.1.6.2 Verduras frescas.....	1,0	3,0	4,0
Ñame.....	0,2	0,7	1,0
Papas.....	0,4	1,1	1,4
Plátano.....	0,3	1,0	1,4
Yuca.....	0,1	0,2	0,2
1.1.7 Vegetales secos y en conserva.....	0,7	2,2	2,9
1.1.7.1 Vegetales secos.....	0,5	1,5	2,0
Lentejas.....	0,2	0,6	0,8
Porotos.....	0,3	0,9	1,2
1.1.7.2 Vegetales en conserva.....	0,2	0,7	0,9
Frijoles con puerco, en salsa de tomate.....	0,2	0,7	0,9
1.1.8 Frutas frescas.....	0,6	1,7	2,3
Guineo.....	0,1	0,3	0,4
Manzana.....	0,3	0,9	1,3
Naranja.....	0,2	0,5	0,6
1.1.9 Azúcar.....	0,7	2,0	2,7
Azúcar blanca.....	0,7	2,0	2,7
1.1.10 Café y té.....	0,5	1,5	2,0
Café molido.....	0,4	1,1	1,5
Té.....	0,1	0,4	0,5
1.1.11 Otros alimentos incluso conserva.....	2,0	5,9	7,8
Salsa dulce (ketchup).....	0,1	0,4	0,5
Pasta de tomate.....	0,3	0,9	1,1
Salsa de tomate al estilo panameño.....	0,3	0,8	1,0
Mayonesa.....	0,3	0,8	1,1
Sal.....	0,1	0,4	0,6
Salsa china.....	0,1	0,2	0,3
Tortilla de maíz.....	0,2	0,5	0,7
Sopa deshidratada de pollo con fideos.....	0,3	0,9	1,2
Papitas.....	0,1	0,2	0,3
Helados.....	0,2	0,8	1,0
1.2 Bebidas.....	2,7	8,2	100,0
1.2.1 Bebidas no alcohólicas.....	1,6	4,7	57,9
Bebidas de frutas.....	0,4	1,0	12,5
Jugo de naranja.....	0,2	0,7	8,8
Jugo de pera.....	0,2	0,6	6,9
Refrescos en polvo.....	0,1	0,4	5,4
Soda en envase de vidrio.....	0,5	1,3	16,4
Soda en envase de plástico.....	0,2	0,7	7,9
1.2.2 Bebidas alcohólicas.....	1,1	3,5	42,1
Seco.....	0,3	0,9	10,6
Cerveza.....	0,8	2,6	31,5

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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.....	5,4	16,1	100,0
Comida en restaurante.....	4,0	12,1	74,9
Comidas rápidas.....	0,7	2,0	12,4
Refresquería.....	0,7	2,0	12,7
2. VESTIDO Y CALZADO.....	10,7	100,0	
2.1 Vestido.....	7,8	72,6	100,0
2.1.1 Prendas de vestir para hombre y niño.....	3,5	32,1	44,3
2.1.1.1 Hombre y niño mayor de 11 años.....	3,0	27,4	37,8
Suéter.....	0,6	5,9	8,2
Pantalón de algodón.....	0,3	2,9	4,0
Pantalón de diablo fuerte.....	1,1	9,7	13,4
Camisa.....	0,6	5,2	7,1
Calzoncillo.....	0,3	2,6	3,6
Medias.....	0,1	1,1	1,5
2.1.1.2 Niño de 3 a 11 años.....	0,5	4,7	6,5
Pantalón de diablo fuerte.....	0,4	3,9	5,4
Calzoncillo.....	0,1	0,8	1,1
2.1.2 Prendas de vestir para mujer y niña.....	3,5	32,7	45,0
2.1.2.1 Mujer y niña mayor de 11 años.....	2,9	27,3	37,6
Vestido.....	0,6	6,0	8,2
Blusa.....	0,2	2,2	3,0
Suéter.....	0,2	1,9	2,6
Pantalón de diablo fuerte.....	0,6	5,2	7,2
Juego de falda y camisa.....	0,2	1,9	2,7
Juego de pantalón y camisa.....	0,2	1,9	2,7
Sostén.....	0,3	2,8	3,8
Panties.....	0,4	3,2	4,4
Pantimedia.....	0,2	2,2	3,0
2.1.2.2 Niña de 3 a 11 años.....	0,6	5,4	7,4
Vestido.....	0,4	3,9	5,4
Panties.....	0,2	1,5	2,0
2.1.3 Prendas de vestir para bebé.....	0,3	2,7	3,8
Pañales desechables.....	0,3	2,7	3,8
2.1.4 Telas y confección de ropa.....	0,4	3,5	4,8
Tela de hilo.....	0,2	2,1	2,9
Confección de ropa.....	0,2	1,4	1,9
2.1.5 Accesorios de vestir y otros artículos.....	0,1	1,6	2,1
Hilo de coser.....	0,0	0,4	0,5
Ganchos para el cabello.....	0,1	1,2	1,6

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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.....	2,9	27,4	100,0
2.2.1 Calzados para hombre y niño.....	1,6	14,8	54,0
2.2.1.1 Hombre y niño mayor de 11 años.....	1,3	12,1	44,1
Zapatos.....	0,8	7,1	26,1
Zapatillas.....	0,5	5,0	18,0
2.2.1.2 Niño de 3 a 11 años.....	0,3	2,7	9,9
Zapatillas	0,3	2,7	9,9
2.2.2 Calzados para mujer y niña	1,3	12,2	44,5
2.2.2.1 Mujer y niña mayor de 11 años.....	1,3	12,2	44,5
Zapatos de tacón alto.....	0,3	3,1	11,4
Zapatos de tacón mediano.....	0,3	3,0	10,9
Zapatos de tacón bajo.....	0,3	2,7	9,7
Sandalias.....	0,4	3,4	12,5
2.2.3 Reparación y limpieza de calzado.....	0,0	0,4	1,5
Betún.....	0,0	0,4	1,5
3. VIVIENDA, AGUA, ELECTRICIDAD Y GAS.....	10,8	100,0	
3.1 Alquiler.....	3,0	27,8	100,0
Alquiler.....	3,0	27,8	100,0
3.2 Mantenimiento ordinario y reparación de la vivienda	2,6	24,5	100,0
Cemento gris.....	1,0	9,9	40,5
Servicio de albañilería.....	1,6	14,6	59,5
3.3 Otros servicios para la vivienda.....	4,2	38,9	100,0
3.3.1 Agua.....	1,1	10,3	26,5
Agua.....	1,1	10,3	26,5
3.3.2 Electricidad.....	2,9	27,1	69,6
Energía eléctrica.....	2,9	27,1	69,6
3.3.3 Servicio de recolección de basura.....	0,2	1,5	3,9
Recolección de basura.....	0,2	1,5	3,9
3.4 Combustible para cocinar.....	1,0	8,8	100,0
Gas en tanque de 25 libras.....	0,7	6,2	70,0
Gas en tanque de 100 libras.....	0,3	2,6	30,0
4. MUEBLES, EQUIPO DEL HOGAR Y MANTENIMIENTO RUTINARIO DE LA CASA.....	10,0	100,0	
4.1 Muebles, accesorios y reparación de los mismos.....	1,5	14,5	100,0
Juego de sala.....	0,3	3,5	24,0
Juego de comedor.....	0,3	2,5	17,4

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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
4.1 Muebles, accesorios y reparación de los mismos: (Continuación)			
Cama.....	0,2	1,9	13,1
Peinadora.....	0,2	1,8	12,2
Muebles para televisión y equipo de sonido.....	0,2	2,2	15,0
Adornos de cerámica.....	0,2	1,6	11,4
Reparación de muebles.....	0,1	1,0	6,9
4.2 Artículos textiles para el hogar.....	0,9	8,9	100,0
Juego de sábanas.....	0,4	3,6	40,2
Toalla de baño.....	0,2	1,9	21,2
Limpienes, toallas y agarraderos de ollas.....	0,1	1,0	12,1
Colchón.....	0,2	2,4	26,5
4.3 Electrodomésticos y reparación de los mismos.....	1,6	16,4	100,0
Estufa.....	0,5	4,8	29,0
Refrigeradora.....	0,5	5,2	31,7
Lavadora.....	0,4	3,7	22,6
Abanico.....	0,1	1,3	8,2
Reparación de electrodomésticos.....	0,1	1,4	8,5
4.4 Cristalería, vajilla y utensilios domésticos.....	0,2	2,0	100,0
Vasos.....	0,1	1,0	50,4
Licuadora.....	0,1	1,0	49,6
4.5 Herramientas y equipo para la casa y el jardín.....	0,2	1,9	100,0
4.5.1 Equipo eléctrico usado en el hogar.....	0,2	1,9	100,0
Bombillos.....	0,1	1,3	67,9
Pilas.....	0,1	0,6	32,1
4.6 Artículos para el cuidado del hogar.....	3,6	35,4	100,0
Jabón en polvo.....	0,9	8,6	24,3
Jabón en barra.....	0,1	1,3	3,7
Jabón líquido para fregar.....	0,2	1,6	4,4
Remojador.....	0,1	0,6	1,8
Blanqueadores.....	0,3	3,2	8,9
Almidón.....	0,1	0,9	2,6
Suavizante.....	0,2	1,5	4,2
Desodorante ambiental.....	0,1	0,9	2,7
Insecticida.....	0,1	1,5	4,1
Escoba.....	0,1	0,8	2,3
Lampazo.....	0,1	0,8	2,2
Brillo y esponja.....	0,1	1,0	2,7
Papel higiénico.....	0,5	5,0	14,0
Papel toalla.....	0,1	1,2	3,4
Papel de aluminio.....	0,1	1,2	3,4
Fósforos.....	0,1	0,9	2,6
Bolsas plásticas para basura.....	0,1	1,1	3,2
Horquillas.....	0,1	0,9	2,6
Desinfectante.....	0,2	2,4	6,9

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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
4.7 Servicios para el hogar, excepto el servicio doméstico.....	0,4	4,5	100,0
Lavandería.....	0,1	1,4	31,8
Lavamático - lavado.....	0,2	1,7	36,5
Lavado y planchado fuera del hogar.....	0,1	1,4	31,7
4.8 Servicio doméstico.....	1,6	16,4	100,0
Empleada doméstica.....	1,0	10,3	62,4
Otros empleados.....	0,6	6,1	37,6
5. SALUD.....	3,3	100,0	
5.1 Productos médicos y farmacéuticos y aparatos Terapéuticos.....	1,7	50,1	100,0
5.1.1 Productos médicos y farmacéuticos.....	1,5	45,4	90,7
Alcohol.....	0,1	3,9	7,8
Ungüentos.....	0,1	3,2	6,4
Jarabe para la tos.....	0,3	7,2	14,5
Analgésicos.....	0,1	4,4	8,8
Antigripales.....	0,1	2,4	4,7
Antibióticos.....	0,3	8,5	17,1
Antiácidos.....	0,1	2,9	5,7
Antihipertensivos.....	0,2	6,3	12,6
Vitaminas.....	0,2	6,6	13,1
5.1.2 Aparatos terapéuticos.....	0,2	4,7	9,3
Anteojos.....	0,2	4,7	9,3
5.2 Servicios médicos y paramédicos no hospitalarios.....	1,1	34,3	100,0
Consulta médica, general.....	0,2	7,0	20,4
Consulta médica de especialista.....	0,4	10,5	30,6
Laboratorios.....	0,3	9,3	27,2
Ortodoncia.....	0,1	4,4	12,8
Calzas.....	0,1	3,1	9,0
5.3 Servicios médicos hospitalarios.....	0,4	13,2	100,0
Partos.....	0,2	5,7	43,2
Intervención quirúrgica.....	0,2	7,5	56,8
5.4 Servicios de seguro de enfermedad y accidente.....	0,1	2,4	100,0
Seguros de enfermedad y hospitalización.....	0,1	2,4	100,0
6. TRANSPORTE.....	11,2	100,0	
6.1 Compra de vehículo.....	2,6	23,0	100,0
Automóvil.....	2,5	22,0	95,7
Bicicleta.....	0,1	1,0	4,3
6.2 Artículos para el mantenimiento y reparación de vehículo.....	0,5	4,1	100,0
Aceites.....	0,3	2,3	55,9
Llantas.....	0,2	1,8	44,1

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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
6.3 Servicios para la conservación y reparación del equipo del transporte personal.....	1,2	11,1	100,0
Lavado de automóvil.....	0,1	0,8	7,8
Cambio de aceite.....	1,0	9,1	81,7
Chapistería y pintura.....	0,1	1,2	10,5
6.4 Combustible.....	1,8	16,3	100,0
Gasolina.....	1,8	16,3	100,0
6.5 Otros gastos.....	0,2	1,6	100,0
Revisado.....	0,1	0,4	26,2
Placa.....	0,1	1,2	73,8
6.6 Servicio de seguro para vehículo.....	0,1	0,7	100,0
Seguros para autos.....	0,1	0,7	100,0
6.7 Servicio de transporte.....	4,8	43,2	100,0
6.7.1 Transporte público.....	4,3	38,5	89,0
Bus (interno).....	1,2	10,9	25,1
Bus (de un centro urbano a otro).....	1,4	12,2	28,3
Taxi.....	1,7	15,4	35,6
6.7.2 Otros servicios de transporte.....	0,5	4,7	11,0
Pasaje en avión (interno).....	0,2	2,0	4,6
Servicio de transporte escolar.....	0,3	2,7	6,4
7. ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIOS DE CULTURA.....	6,5	100,0	
7.1 Equipo, accesorios y reparación de los mismos.....	1,6	25,3	100,0
Televisor.....	0,7	10,5	41,6
Videgrabadora.....	0,1	2,2	8,7
Equipo de sonido.....	0,5	7,3	29,0
Discos compactos.....	0,1	2,3	9,0
Revelado de fotos.....	0,1	1,7	6,7
Reparación de televisión.....	0,1	1,3	5,0
7.2 Servicios recreativos y culturales.....	3,6	55,3	100,0
Cine.....	0,2	3,4	6,1
Baile.....	0,5	7,3	13,1
Centros nocturnos.....	0,7	10,7	19,4
Alquiler de películas.....	0,3	4,7	8,5
Lotería billete.....	1,2	17,8	32,2
Lotería chance.....	0,5	7,6	13,8
Bingos.....	0,0	0,7	1,3
Servicio de televisión por cable.....	0,2	3,1	5,6
7.3 Turismo.....	0,3	4,3	100,0
Paquete turístico.....	0,2	2,6	60,0
Hoteles.....	0,1	1,7	40,0

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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
7.4 Periódicos, libros y revistas.....	0,3	5,5	100,0
Revistas.....	0,1	2,1	38,0
Periódicos.....	0,2	3,4	62,0
7.5 Otros artículos recreativos.....	0,5	7,2	100,0
Muñecas.....	0,5	7,2	100,0
7.6 Otros servicios.....	0,2	2,4	100,0
Servicios de veterinaria.....	0,2	2,4	100,0
8. ENSEÑANZA.....	3,6	100,0	
8.1 Servicios educativos.....	1,9	54,4	100,0
Inicial particular.....	0,1	3,9	7,2
Primaria oficial.....	0,0	1,0	2,0
Primaria particular.....	0,5	14,7	26,9
Secundaria oficial.....	0,1	3,8	6,9
Secundaria particular.....	0,6	15,0	27,5
Superior universitaria oficial.....	0,2	5,5	10,1
Superior universitaria particular.....	0,4	10,5	19,4
8.2 Material educativo.....	1,5	39,6	100,0
Textos escolares.....	0,4	10,6	26,7
Plumas.....	0,5	12,5	31,5
Cuadernos.....	0,3	8,1	20,6
Fotocopias.....	0,3	8,4	21,2
8.3 Equipo educativo.....	0,2	6,0	15,1
Equipo de computadora personal	0,2	6,0	15,1
9. BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS.....	10,3	100,0	
9.1 Artículos para el cuidado personal.....	4,7	45,4	100,0
Jabón de tocador.....	0,6	5,8	12,8
Navajas de afeitar.....	0,1	0,7	1,5
Rasuradora desechable.....	0,2	2,1	4,6
Gel para el cabello.....	0,2	1,5	3,3
Cepillo dental.....	0,1	1,1	2,4
Pasta dental.....	0,5	4,6	10,2
Tintes.....	0,1	1,2	2,6
Champú.....	0,5	5,1	11,3
Líquido para uñas.....	0,1	0,9	1,9
Desodorante para mujer.....	0,7	6,2	13,7
Crema para bebé.....	0,1	1,0	2,2
Polvo de talco.....	0,1	1,2	2,7
Cremas limpiadoras.....	0,1	1,4	3,1
Polvo facial.....	0,3	2,9	6,5
Perfume para hombre.....	0,7	6,3	13,8
Toallas sanitarias.....	0,3	3,4	7,4

Anexo 4. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR EN EL RESTO URBANO,
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
9.2 Servicios de cuidado personal.....	0,9	8,7	100,0
Corte de cabello de hombre.....	0,4	4,0	46,0
Corte de cabello de mujer.....	0,2	2,1	23,9
Alisados.....	0,2	1,5	17,4
Peinado de cabello.....	0,1	1,1	12,7
9.3 Efectos personales, n.e.p.....	1,0	9,7	100,0
9.3.1 Joyería y relojería.....	0,8	7,6	78,4
Relojes.....	0,2	1,9	19,1
Sortijas.....	0,3	2,8	29,3
Collares.....	0,3	2,9	30,0
9.3.2 Otros artículos personales.....	0,2	2,1	21,6
Cartera para mujer.....	0,2	2,1	21,6
9.4 Servicios para la comunicación.....	2,5	24,7	100,0
Teléfono residencial	2,3	23,1	93,5
Teléfono celular	0,2	1,6	6,5
9.5 Otros servicios, n.e.p.....	1,0	9,6	100,0
Servicio de notaría.....	0,4	3,6	37,6
Servicios funerales.....	0,2	2,1	22,2
Paquetes para fiestas.....	0,4	3,9	40,2
9.6 Tabaco.....	0,2	1,9	100,0
Cigarrillos.....	0,2	1,9	100,0

(a): Las ponderaciones utilizadas para el cálculo del índice se basan en los gastos de consumo de 6,499 hogares de diferentes niveles de ingreso mensual, investigados en la "Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares", realizada en las áreas urbanas de los distritos de Colón, La Chorrera, Aguadulce, Chitré, Santiago, David y Changuinola en 1997-98.