

**Anexo 3. IMPORTANCIA RELATIVA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LOS DISTRITOS DE
PANAMÁ Y SAN MIGUELITO Y EL RESTO URBANO, SEGÚN GRUPO DE ARTÍCULOS
Y SERVICIOS: BASES OCTUBRE 2002=100 y 2013=100**

Grupo	Importancia relativa			
	Panamá y San Miguelito		Resto Urbano	
	Octubre 2002=100	2013 =100	Octubre 2002=100	2013 =100
TOTAL.....	100,0	100,0	100,0	100,0
Alimentos y Bebidas no Alcohólicas.....	32,1	21,3	33,6	24,9
Bebidas Alcohólicas y Tabaco (1).....	-	0,7	-	0,6
Prendas de Vestir y Calzado.....	9,3	7,6	10,7	7,8
Vivienda, Agua, Electricidad y Gas.....	9,9	8,7	10,8	8,2
Muebles, Artículos para el Hogar y para la Conservación Ordinaria del Hogar.....	9,8	7,7	10,0	7,9
Salud.....	3,2	3,2	3,3	3,8
Transporte.....	13,6	17,0	11,2	16,3
Comunicaciones (2).....	-	4,4	-	4,0
Recreación y Cultura.....	7,1	10,2	6,5	8,8
Educación.....	5,2	2,6	3,6	2,0
Restaurantes y Hoteles (3).....	-	6,6	-	7,0
Bienes y Servicios Diversos.....	9,8	10,2	10,3	8,9

- Cantidad nula o cero.

(1) En la base octubre 2002, estaba incluido en Alimentos y Bebidas y Bienes y Servicios Diversos.

(2) En la base octubre 2002, estaba incluido en Bienes y Servicios Diversos.

(3) En la base octubre 2002, estaba incluido en Alimentos y Bebidas y Recreación y Cultura.