

**COMENTARIO SOBRE EL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR
NACIONAL URBANO: AGOSTO DE 2009**

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de agosto con respecto a julio del 2009, mostró un aumento de 0.3 por ciento, tanto en el Nacional Urbano, como en los distritos de Panamá y San Miguelito y en el Resto Urbano. Con respecto a agosto del 2008, se presentó un alza de 1.8 por ciento en el Nacional Urbano, 1.6 por ciento en los distritos de Panamá y San Miguelito y 2.2 por ciento en el Resto Urbano.

La variación mensual de las divisiones que forman el IPC Nacional Urbano de agosto con relación a julio del 2009 fue la siguiente: Transporte de 1.0 por ciento, producto de la subida del precio de la gasolina; Bienes y servicios diversos de 0.5 por ciento, por el incremento en los precios del paquete para fiestas; Alimentos y bebidas; Vestido y calzado; Vivienda, agua, electricidad y gas de 0.2 por ciento cada una, por la elevación en los precios del atún, ropa interior para hombres y en el gas en tanque de 100 libras, respectivamente; Salud y Enseñanza de 0.1 por ciento ambos, por el crecimiento en los precios de analgésicos y equipo de computadora personal en el orden señalado. Las divisiones de Muebles, equipo del hogar y mantenimiento rutinario de la casa; Esparcimiento, diversión y servicios de cultura, no mostraron variación.

El IPC Nacional Urbano de agosto del presente comparado con su similar del 2008, registró crecimiento en las divisiones: Muebles, equipo del hogar y mantenimiento rutinario de la casa de 5.5 por ciento; Salud de 4.3 por ciento; Bienes y servicios diversos de 4.2 por ciento; Alimentos y bebidas de 4.0 por ciento; Vestido y calzado y Enseñanza de 2.8 por ciento ambos; Esparcimiento, diversión y servicios de cultura de 0.9 por ciento. Sin embargo, se observaron bajas en Transporte de 5.1 por ciento y Vivienda, agua, electricidad y gas de 2.7 por ciento.

De enero a agosto del año que transcurre, el IPC Nacional Urbano mostró una variación porcentual acumulada positiva de 2.1 por ciento.

