

ALZA DE MATERIA PRIMA, INCIDIÓ EN LOS PRECIOS DE LOS ELEMENTOS DE LA CONSTRUCCIÓN, EN MARZO 2018

Por alza de materia prima, subieron todos los productos de PVC

En marzo 2018, se observó que los productos de PVC vienen registrando alza en sus precios por el mayor costo de la materia prima, entre ellos, tubería de PVC para la red de agua potable y alcantarillado con 3,2%, tubería de PVC 0,8% y ductos y accesorios telefónicos de PVC con 0,4%.

Así también, se observaron alzas de precios por mayor costo del transporte en hormigón, y en aceite por nueva estructura de costos, ambas subieron en 1,4%. Otro de los elementos que subió, fue la alcantarilla metálica con 1,3%, explicado por el alza del zinc, acero de construcción corrugado con 0,8% y tubería de cobre con 0,6%.

VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE TUBERÍA DE PVC PARA LA RED DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO, ACERO DE CONSTRUCCIÓN CORRUGADO Y COTIZACIÓN DEL COBRE (Marzo 2017 - Marzo 2018)



VARIACIÓN PORCENTUAL DE ELEMENTOS DERIVADOS DEL PVC, EN LOS ÍNDICES UNIFICADOS DE PRECIOS DE LA CONSTRUCCIÓN: 2018 */

PRODUCTOS	VARIACIÓN PORCENTUAL	
	MARZO	ENE - MAR
Tubería de PVC para la red de agua potable y alcantarillado	3,2	3,6
Tubería de PVC	0,8	0,4
Ductos y accesorios telefónicos de PVC	0,4	0,8

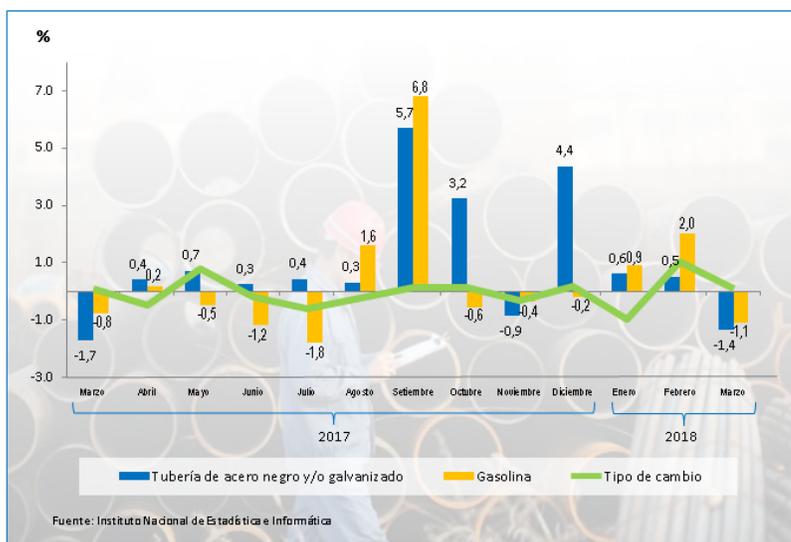
*/ Área Geográfica 2: Lima, Provincia Constitucional del Callao, Ancash e Ica
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Menor demanda, influye en precios de algunos elementos de la construcción en marzo 2018

En el tercer mes del año 2018, se han observado tasas negativas en algunos elementos de la construcción, debido a la competencia y a las menores ventas de: tubería de acero negro y/o galvanizado con -1,4%, gasolina -1,1%, cables telefónicos, plancha de acero LAF y agregado fino, todos ellos con -0,6%, concreto premezclado -0,5% y petróleo diésel -0,2%.

De otro lado la ligera alza del dólar (0,1%) incidió en algunos precios de la construcción, como: detonante, dinamita, tubería de fierro fundido y plancha de acero LAC.

VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE TUBERÍA DE ACERO NEGRO Y/O GALVANIZADO, GASOLINA Y TIPO DE CAMBIO (Marzo 2017 - Marzo 2018)



VARIACIÓN PORCENTUAL DE ELEMENTOS, EN LOS ÍNDICES UNIFICADOS DE PRECIOS DE LA CONSTRUCCIÓN: 2018 */

PRODUCTOS	VARIACIÓN PORCENTUAL	
	MARZO	ENE - MAR
Tubería de acero negro y/o galvanizado	-1,4	-0,2
Gasolina	-1,1	1,9
Plancha de acero LAC	0,1	1,7

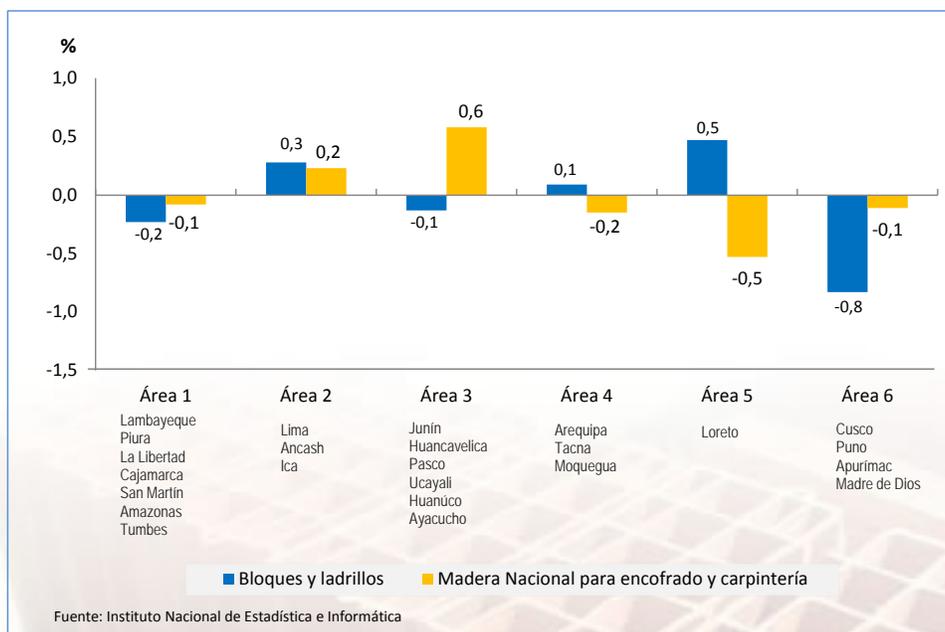
*/ Área Geográfica 2: Lima, Provincia Constitucional del Callao, Ancash e Ica
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

MENORES PRECIOS INCIDEN EN BLOQUES Y LADRILLOS Y MADERA NACIONAL PARA ENCOFRADO Y CARPINTERÍA

En marzo 2018, a nivel nacional, se observó que los bloques y ladrillos, mostraron una tendencia diferenciada, explicado principalmente por competencia; presentando tasas negativas que oscilan desde -0,8% en el área geográfica 6 hasta -0,1% en el área geográfica 3, en tanto, el área geográfica 5 presentó un alza de 0,5%, seguido del área geográfica 2 con 0,3% y el área geográfica 4 con 0,1%, explicado por una mayor demanda.

De otro lado, a nivel nacional, la madera nacional para encofrado y carpintería presentó baja en sus precios, debido a una menor demanda, siendo la menor tasa de precios el área geográfica 5 con -0,5%, área geográfica 4 con -0,2% y las áreas geográficas 1 y 6 con -0,1% cada una; así también, se observaron alzas de precios que van desde 0,6% en el área geográfica 3 y 0,2% en el área geográfica 2, explicado a mayores ventas.

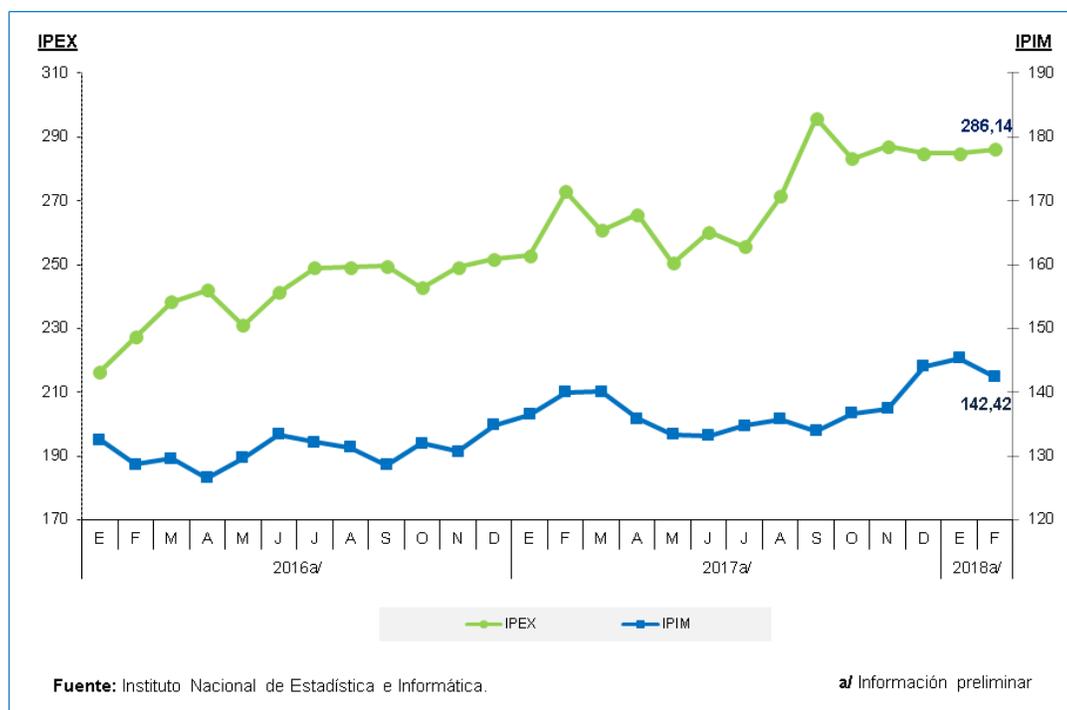
VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE BLOQUES Y LADRILLOS Y MADERA NACIONAL PARA ENCOFRADO Y CARPINTERÍA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS: MARZO 2018



EN EL SEGUNDO MES DEL AÑO 2018, SUBIERON LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE COMERCIO EXTERIOR

En el mes de febrero de 2018, aumentó el índice de precios de los bienes de exportación en 4,85%; así mismo, el índice de precios de los bienes importados registró un incremento de 1,70%, ambos en relación a similar mes del 2017. La tendencia al alza que muestran los precios de exportación, se explica básicamente por el ascenso de precios de los minerales como cobre, estaño, plomo, oro en bruto; también están derivados de petróleo como gasolina sin plomo y residual 6; además, de la misma forma contribuyeron los alimentos de agroexportación, entre los que más destacaron fueron las uvas y alcachofas. Por otro lado, el índice de precios de importación fue influenciado principalmente por el incremento en los precios del petróleo diésel 2, aceites crudos de petróleo, teléfonos móviles, champús; y algunos alimentos como trigo, canela, manzanas frescas y arroz semiblanqueado entre los más importantes.

**ÍNDICES DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN Y DE IMPORTACIÓN
ENERO 2016 - FEBRERO 2018
(BASE: AÑO 2002=100)**



EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE ORO EN BRUTO Y VARIACIÓN PORCENTUAL^{1/}



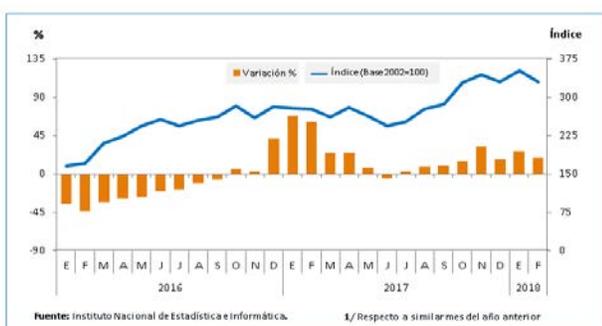
Oro en bruto: Desde octubre del año 2017, el precio de este metal precioso de exportación registró variaciones positivas, mostrando en febrero de 2018 un incremento de 8,3% con respecto a similar mes del año anterior. Así mismo, los países de destino de este metal fueron India (34%), Suiza (30%) y Estados Unidos (28%).

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE PESCADO Y VARIACIÓN PORCENTUAL^{1/}



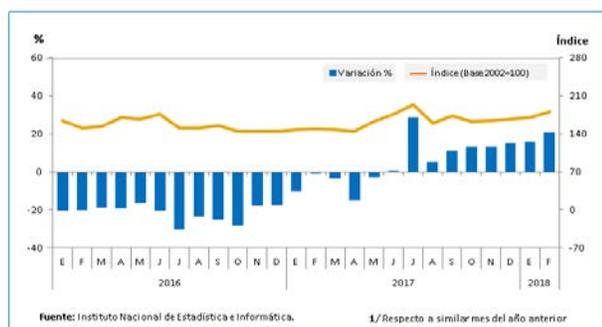
Harina de pescado: Por segundo mes consecutivo el precio de este producto de exportación registró en febrero del 2018 un incremento de 17,7% respecto a similar mes del año 2017. Además, observamos que desde octubre de 2016 hasta diciembre de 2017 las variaciones interanuales fueron negativas.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE DIÉSEL 2 Y VARIACIÓN PORCENTUAL^{1/}



Diésel 2: Este combustible, cuyo precio de importación muestra variaciones interanuales positivas desde octubre del año 2016 con excepción de junio 2017; presentó en febrero de 2018 una variación de 19,3% con respecto a similar mes del año anterior.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE TRIGO Y VARIACIÓN PORCENTUAL^{1/}



Trigo: En febrero de 2018, este importante cereal para la industria alimentaria, consignó en su precio de importación una variación de 21,1% con respecto a febrero de 2017. A su vez observamos que desde junio del año pasado sus variaciones interanuales son positivas y que desde octubre de 2017 tiene un crecimiento tenue de sus precios.

LA ACTIVIDAD MANUFACTURERA NO PRIMARIA AUMENTÓ EN 2,41%

En febrero de 2018, la actividad Manufacturera No Primaria registró un aumento de 2,41%, por el buen desempeño de la actividad productiva de bienes de consumo (3,44%), bienes intermedios (1,31%) y bienes de capital (16,03%).

En cambio, el subsector fabril primario disminuyó en 5,65%, debido a la menor actividad de elaboración y conservación de pescado, crustáceos y moluscos (-17,6%), fabricación de productos refinados de petróleo (-14,4%), así como la fabricación de metales preciosos y no ferrosos (-0,6%).

Asimismo, por segundo mes consecutivo el sector Manufactura se recuperó respecto a similar mes del año anterior, al crecer en 0,39%, principalmente por el resultado positivo de subsector fabril no primario (2,41%).

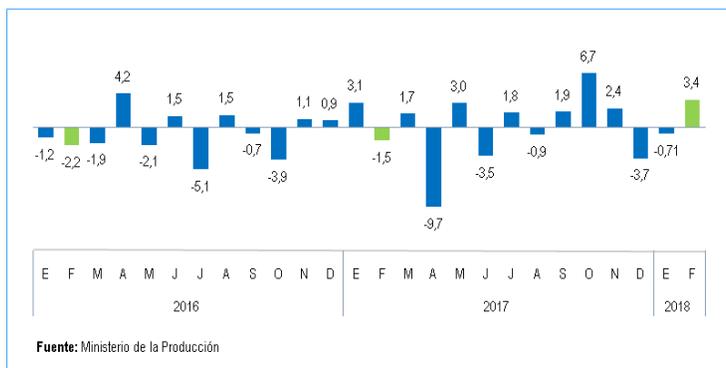
Industria de Bienes de Consumo creció en 3,44%

Entre las actividades que determinaron el aumento de la industria productora de bienes de consumo fueron la fabricación de polos, camisas, ropa interior, blusas, bermudas, shorts, ternos, faldas, chaleco, mameluco, batas, poleras y abrigos para el mercado interno y externo (EE.UU., Brasil, Argentina, Francia y Alemania); fabricación de papel higiénico, papel bond, servilleta, papel toalla y papeles diversos para el mercado interno y externo (Chile, Colombia, Panamá y Uruguay); producción de espárragos en conserva, alcachofas, jugos, néctares, pimientos deshidratados y mangos en conserva para el mercado interno y externo (EE.UU., España, República de Corea del Sur, Reino Unido, Canadá y Francia); también destacó la fabricación de zapatillas y zapatos para el mercado interno y externo (Chile, Ecuador, España y Canadá).

VARIACIÓN MENSUAL DEL IVF DE LA PRODUCCIÓN FABRIL NO PRIMARIA 2016-2018
(Variación porcentual respecto a similar mes del año anterior)



VARIACIÓN MENSUAL DEL IVF DE LA PRODUCCIÓN DE BIENES CONSUMO 2016-2018
(Variación porcentual respecto a similar mes del año anterior)



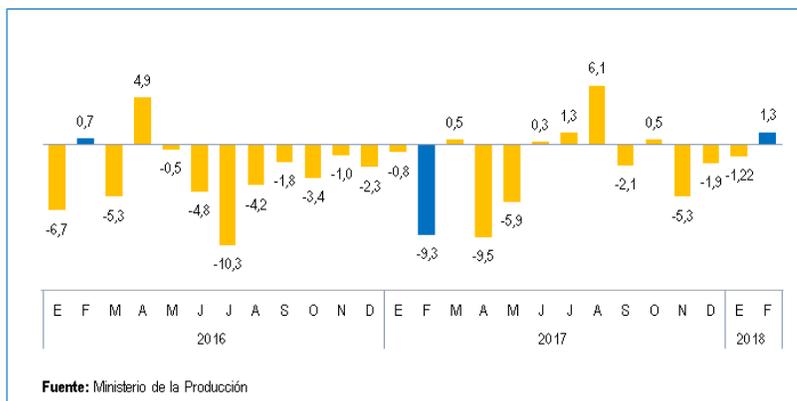
Industria de Bienes Intermedios creció en 1,31%

En febrero de 2018, la industria de Bienes Intermedios creció en 1,31%, debido a la mayor fabricación de placas, láminas, bandas, barras, varillas, alambre, tubos, caños y perfiles de hierro y acero para el mercado interno y externo (EE.UU., Bolivia, Colombia, Panamá, Chile y Brasil); por la mayor producción de harina de trigo, avena y arroz pilado para el mercado interno y externo (EE.UU., Chile, España, República de Corea del Sur, Ecuador, Alemania y Bolivia); por la mayor fabricación de pinturas, barnices, tintes de imprenta y resinas para el mercado interno y externo (Ecuador, Chile, Costa Rica, Bolivia); también por la mayor producción de sacos, cajas de cartón, papel corrugado y diversos cartones para el mercado interno y externo (Bolivia, Ecuador, Chile y EE.UU.).

La actividad Manufacturera Primaria disminuyó en 5,65%

En febrero de 2018, la actividad manufacturera primaria disminuyó en 5,65% por menor producción de petróleo (diésel), gas licuado de petróleo, gasolina, turbo y petróleo industrial para el mercado interno; menor elaboración de enlatados y congelados para el mercado interno y externo (China, Chile, Vietnam y Alemania); también por la menor refinación de cobre, zinc, oro y cadmio para el mercado interno y externo (India, EE.UU., Italia, Suiza, Taiwán, Colombia y Bélgica).

VARIACIÓN MENSUAL DEL IVF DE LA PRODUCCIÓN DE BIENES INTERMEDIOS 2016-2018 (Variación porcentual respecto a similar mes del año anterior)



Procesamiento de Recursos Hidrobiológicos Marítimos y Continentales según utilización (Miles TMB)

Utilización	Feb 2017 P/	Feb 2018P/	Variación %
Total	65,75	54,20	-17,57
Cons. Humano Directo	57,10	36,68	-35,76
Enlatado	5,38	4,45	-17,29
Congelado	50,93	31,30	-38,54
Marítimo	50,79	31,12	-38,73
Continental	0,14	0,18	28,57
Curado	0,79	0,93	17,72
Marítimo	0,43	0,54	25,58
Continental	0,36	0,39	8,33
Cons. Human. Indirecto	8,65	17,52	102,54
Harina	7,74	16,56	113,95
Aceite crudo	0,91	0,96	5,49

P/: Preliminar
Fuente: Ministerio de la Producción.

ACTIVIDAD COMERCIAL AUMENTÓ 2,55% EN FEBRERO DE 2018 Y REGISTRÓ LA TASA MÁS ALTA DE LOS ÚLTIMOS 21 MESES

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó que el sector Comercio, en febrero de 2018, se incrementó en 2,55%, al compararlo con similar mes del año 2017, debido a la evolución positiva en el comercio automotriz (3,80%), comercio al por menor (2,66%) y al por mayor (2,31%).

Según resultados de la Encuesta Mensual de Comercio, investigación estadística realizada por el INEI con una muestra de 2 mil 770 empresas, el sector comercio registró una variación acumulada de 2,47%.



- Mayor venta de vehículos favoreció el crecimiento del comercio automotriz**

En el mes de análisis, el comercio automotriz subió en 3,80% sustentado en el incremento de la venta de vehículos, principalmente camionetas como resultado de la llegada de nuevos modelos; camiones y tracto camiones para carga pesada y buses para transporte de pasajeros ante la renovación de flotas y apertura de nuevas rutas en el servicio urbano.

También, contribuyó en este resultado la venta de motocicletas debido a la ampliación de mercados, variedad de marcas y modelos con precios accesibles. Igualmente, creció la venta de autopartes, servicio de mantenimiento y revisiones técnicas de vehículos.

- Mayor venta de alimentos, bebidas impulsaron el crecimiento de la venta minorista**

El comercio al por menor aumentó en 2,66% por la mayor venta de alimentos y bebidas en hipermercados, supermercados y minimarkets, debido a la apertura de tiendas en el interior del país, aumento de campañas publicitarias, promociones y descuentos.

Asimismo, se incrementó la venta de materiales de construcción y ferretería (cemento y fierro) por el dinamismo de la construcción pública y privada; la venta de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador, por la variedad de productos. Igualmente, aumentó la venta de combustibles y lubricantes para vehículos automotores en las estaciones de servicio, ante el aumento del parque automotor.

A su vez, aumentó la venta de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero, por la variedad y calidad de productos, a lo cual se sumó promociones por temporada (verano y escolar). Similar tendencia presentó la venta en almacenes especializados de artículos para seguridad personal y productos veterinarios; también, contribuyó la venta de electrodomésticos, muebles para el hogar y alimentos en almacenes especializados.

Por otro lado, disminuyó la venta de computadoras, unidades periféricas, programas informáticos y equipos de telecomunicaciones, como resultado de una menor demanda. Igualmente, disminuyeron otros tipos de venta no realizada en almacenes, puestos de venta o mercados, como la venta de productos (snacks y bebidas) a través de máquinas expendedoras y comercio de productos por catálogo.

- **Requerimiento de combustible en los sectores minero y construcción dinamizó la ventas al por mayor**

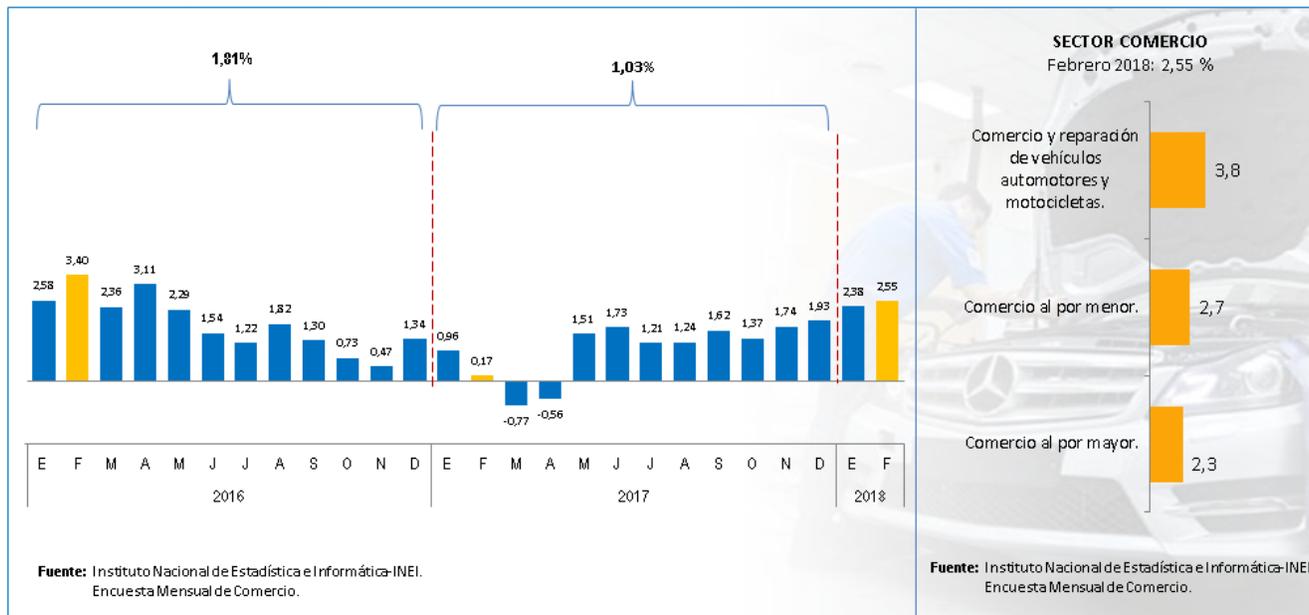
En febrero del presente año, el comercio al por mayor se incrementó en 2,31% principalmente por la mayor venta de combustibles a los sectores de minería y construcción. Igualmente, aumentó la venta de maquinaria y equipo a estos mismos sectores (máquinas, equipo y repuestos), venta de equipos de topografía, equipamiento para plantas de producción, tuberías para canalización, estructuras metálicas, motores industriales y repuestos en general.

A su vez, se incrementó la venta de enseres domésticos especialmente los productos de uso personal y de tocador, farmacéuticos y de belleza, también equipos de audio y video con nueva tecnología, utensilios de oficina y escritorio por campaña escolar, peluches y relojes de pulsera. También, creció la venta de materiales de construcción y ferretería, en respuesta a la demanda de la actividad inmobiliaria y de obras públicas.

La misma tendencia siguió la venta de materias primas agropecuaria y animales vivos por mejoras en las condiciones de mercado y mayor producción avícola y ganado vacuno.

En cambio, disminuyó la venta de metales y minerales metalíferos por menor nivel de despacho al mercado externo; la venta de equipos electrónicos y de telecomunicaciones por menor distribución de equipos y antenas para telecomunicación por menores proyectos.

PRODUCCIÓN DEL SECTOR COMERCIO
(Variación porcentual respecto a similar mes del año anterior)



NEGOCIOS DE RESTAURANTES AUMENTÓ 2,67% EN FEBRERO 2018 Y SUMÓ 11 MESES DE CRECIMIENTO CONSECUTIVO

En febrero 2018, el sector Restaurantes (servicios de comidas y bebidas) se incrementó en 2,67%, este resultado se sustentó en la evolución favorable de restaurantes en 2,46%, otras actividades de servicio de comidas en 3,84%, suministro de comidas por encargo en 38,51% y servicio de bebidas en 1,15%.

Asimismo, se dio a conocer que el sector Restaurantes registró una variación acumulada de 2,37%, según los resultados de la Encuesta Mensual de Restaurantes que comprendió una muestra de 1 mil 105 empresas.



- Avance en los negocios de comidas rápidas, pollerías, restaurantes turísticos contribuyó al crecimiento del subsector Restaurantes**
 El grupo de Restaurantes presentó aumento en 2,46% debido al avance en los negocios de comidas rápidas, pollerías, restaurantes turísticos, comida criolla y cevicherías, por la creciente demanda de consumidores nacionales y extranjeros en respuesta a la prestación de servicios especiales, cenas buffet bailables, orquesta en vivo, ofertas en platos y bebidas y la renovada presentación de cartas gastronómicas.

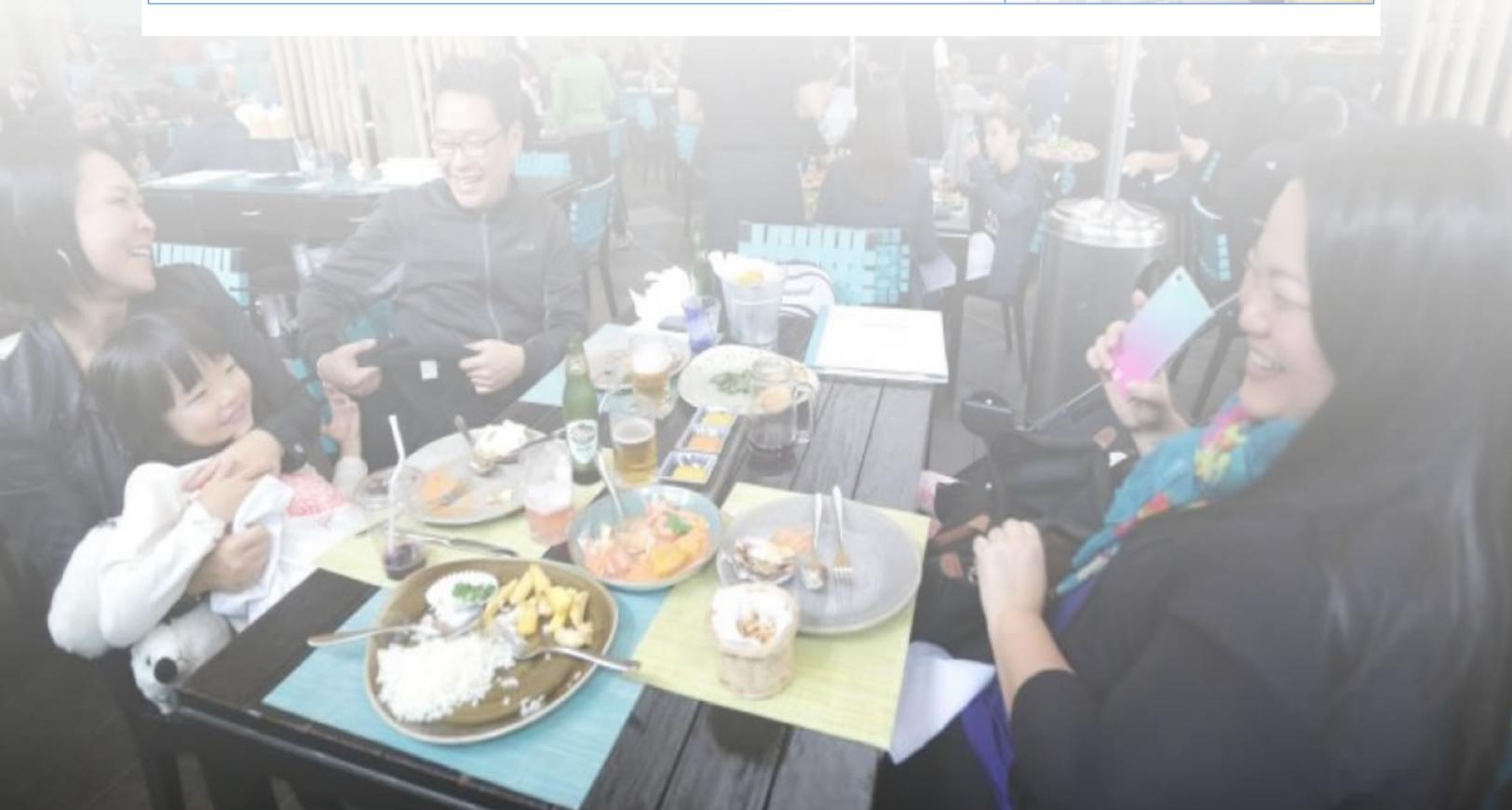
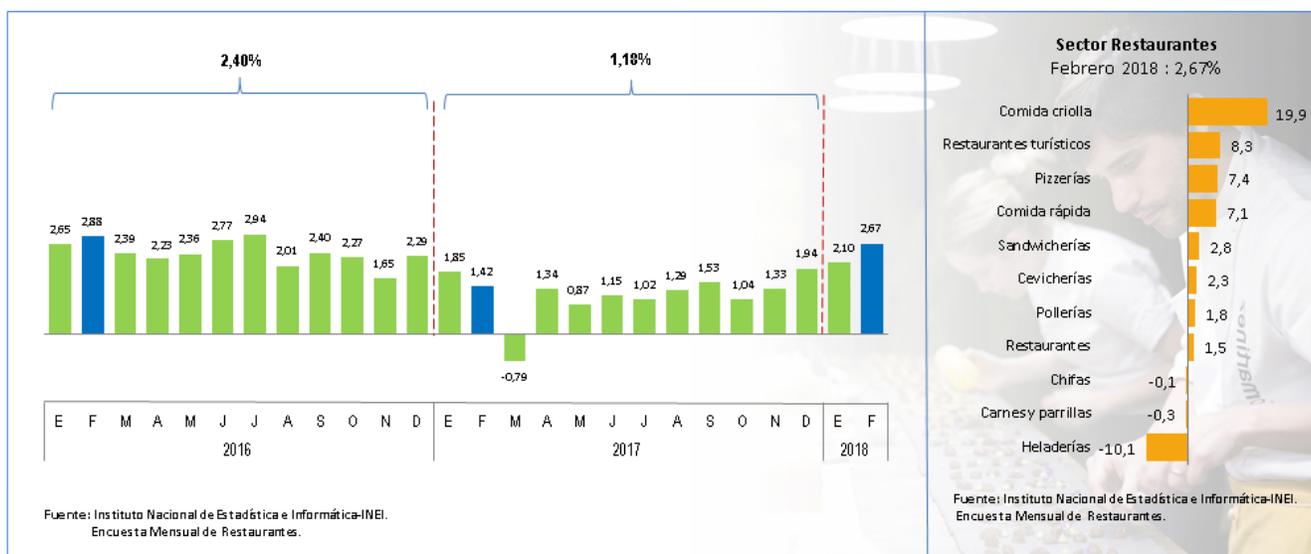
En el mes de estudio, influyó positivamente la celebración del Día de la Amistad (San Valentín) con cócteles de bienvenida, regalos especiales y sesión de fotos. En el mismo sentido, hubo mayor actividad en restaurantes, pizzerías, sandwicherías y café restaurantes por la variedad de platos, atención esmerada, ampliación de locales y servicio delivery gratuito. También, contribuyó con este resultado el crecimiento del sector las fiestas costumbristas y la participación en ferias gastronómicas como "Dulce Helado Fest" realizado en Lima. Por otro lado, los establecimientos de carnes y parrillas y chifas presentaron menor actividad.

Cabe mencionar que continuaron las actividades de promoción de la gastronomía peruana en el exterior, como "Perú es el Menú" realizado en la ciudad de México y el IV Foro Gastronómico Dominicano en República Dominicana, que tiene como invitados destacados empresarios peruanos que expondrán la experiencia gastronómica peruana.

- Dinamismo de los concesionarios de alimentos incidió en el resultado positivo de Otras actividades de servicio de comidas**
 En el mes de estudio, Otras actividades de servicio de comidas crecieron en 3,84% por el dinamismo de los concesionarios de alimentos con incremento de órdenes de servicio, apertura de sucursales y la renovación de contratos con empresas bancarias, laboratorios, hospitales, clínicas, colegios, centros de detención y albergues, todos ellos demandantes de soluciones integrales brindadas por estas empresas
 De igual modo, crecieron los suministros de comidas para contratistas (servicios de alimentación a empresas de transporte) por mayor movilidad y flujo de turistas atraídos por las festividades, promociones y descuentos.
- Suministro de comidas por encargo aumentó en 38,51%**
 En febrero de 2018, el suministro de comidas por encargo (catering) aumentó en 38,51% por contratos de servicio en el rubro de desayuno ejecutivo, box lunch, mesas de entradas, quesos y postres, open bar y buffet marino e internacional, servicios brindados en charlas, recepciones, cena de gala, brindis de honor, aniversarios, shower, matrimonios, bautizos y cumpleaños.

- Actividades de servicio de bebidas se incrementó en 1,15%**
 Las actividades de servicio de bebidas mostraron un aumento de 1,15% por los rubros de bar restaurantes, cafeterías y discotecas, debido a la aplicación de estrategias de marketing, lanzamiento de nuevos productos, shows artísticos, música variada, extensión de horarios, y la oferta de jugos especiales, raspadillas y cremoladas. Coadyuvó la celebración del Día del Pisco Sour, con la mayor venta de este cóctel emblemático del Perú.

PRODUCCIÓN DEL SECTOR RESTAURANTES
 (Variación porcentual respecto a similar mes del año anterior)



SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS AUMENTÓ 2,61% EN FEBRERO DE ESTE AÑO

En febrero de 2018, el sector Servicios Prestados a Empresas se incrementó en 2,61% al compararlo con similar mes del año anterior como resultado de la evolución positiva de sus cuatro componentes; informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Según los resultados de la Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas que incluyó una muestra de 2 mil 42 empresas, presentaron resultados positivos las actividades profesionales científicas y técnicas, actividades de servicios administrativos y de apoyo, agencias de viajes y operadores turísticos, así como de publicidad e investigación de mercados.



- **Actividades profesionales, científicas y técnicas se incrementaron en 2,91%,**
En el mes de estudio, las actividades profesionales, científicas y técnicas crecieron 2,91% sustentado en el incremento de las actividades jurídicas por captación de nuevos clientes como entidades corporativas y personas naturales, en las áreas penal, civil, constitucional, administrativo y electoral.

Paralelamente, crecieron las actividades de contabilidad debido a licitaciones ganadas, incremento de asesorías contables, financieras, outsourcing y auditorías. Asimismo, se incrementaron las actividades de arquitectura e ingeniería por nuevos proyectos y licitaciones, avance de obras civiles, viales y mineras, elaboración de proyectos, estudios ambientales, consultorías técnicas, inspección de edificios, servicios de topografía y gestión de proyectos.

De igual manera, creció el rubro de consultoría de gestión empresarial por asesorías en las diversas ramas de la organización (administrativa, recursos humanos, comercial, financiera, marketing y logística) e implementación de nuevas áreas para el desarrollo y competitividad de las empresas.

- **Actividades de servicios administrativos y de apoyo registró una variación de 1,44%,**
En febrero del presente año, las actividades de servicios administrativos y de apoyo registró una variación de 1,44%, por aumento de alquiler y arrendamiento operativo de otros tipos de maquinarias, equipos y bienes tangibles debido a mayores contratos sobre proyectos a nivel nacional, para la ejecución de obras civiles, viales y mantenimiento de vías, movimiento de tierra, carga de materiales y operaciones de planta.

Las actividades administrativas de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas presentaron incremento, principalmente por centrales telefónicas dedicadas a la tele ventas, cobranzas, retención de clientes y encuestas de satisfacción, operaciones a través de correo electrónico y IVR (respuesta de voz interactiva). También, servicios a edificios y actividades de jardinería fueron impulsadas por limpieza general de edificios en la contratación de limpieza y mantenimiento integral de apartamentos, oficinas, locales comerciales, instituciones públicas y transporte (marítimo, terrestre y aéreo).

Igualmente, crecieron otras actividades de limpieza en edificios e industrias por limpieza en exteriores (lunas, fachadas, muros, paneles y piscinas) y control de plagas (fumigación, desratización y desinsectación). Por otro lado, disminuyeron las actividades relacionadas con el empleo y seguridad privada por término de contratos.

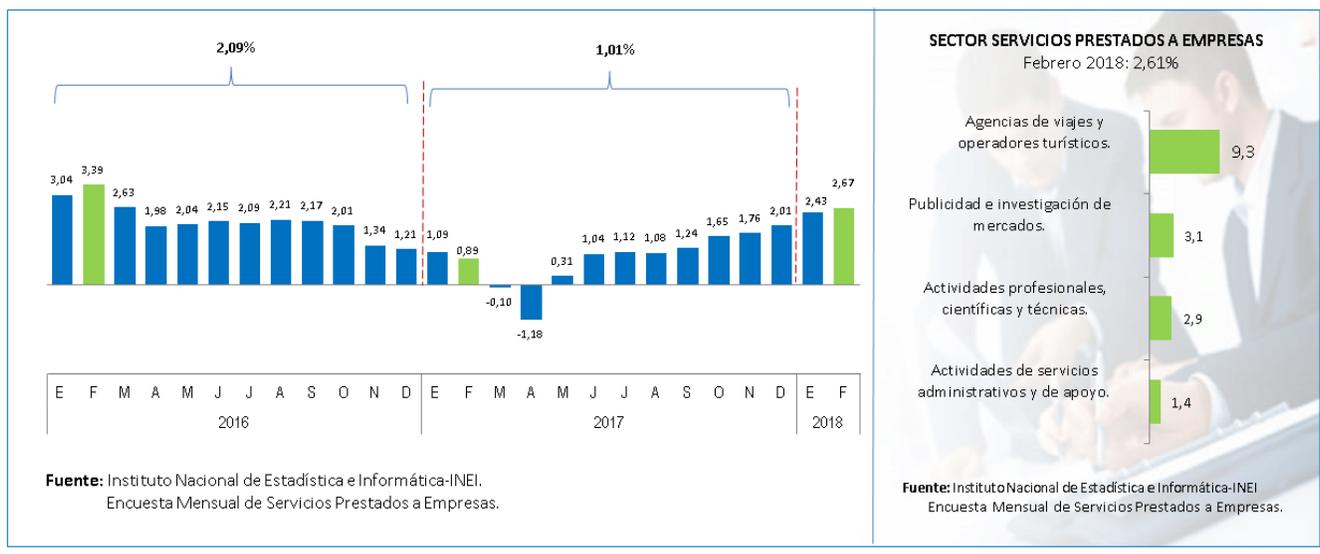
- Mayor demanda de vuelos y paquetes turísticos impulsaron la actividad agencia de viaje y operadores turísticos**
 En febrero de 2018, la actividad agencias de viajes y operadores turísticos aumentó en 9,32%, explicado por el dinamismo de las agencias de viajes ante la mayor demanda de vuelos y paquetes turísticos todo incluido (pasajes, hoteles, traslado, alimento y actividades) a nivel nacional e internacional, en un marco de fomento de la actividad turística y la celebración de carnavales en distintas regiones del Perú (Puno, Cusco, Ayacucho, Cajamarca, Amazonas).

En este contexto, se fortaleció la actividad de los operadores turísticos sobre la base del mejoramiento del servicio como viajes a medida, formas de pago, tours personalizados, viajes temáticos y full days; en adición la variedad de promociones y participación en ferias en el extranjero.

- Temporada veraniega y campaña escolar influyeron en el crecimiento de publicidad e investigación de mercados**
 La publicidad e investigación de mercados creció 3,11% impulsada principalmente por el rubro de publicidad debido al desarrollo de proyectos de campañas por temporada de verano y campaña escolar canalizados a través de los medios de comunicación masivos como televisión, radio, periódicos, revistas, cine, carteles y paneles publicitarios y medios más directos a medida de potenciales clientes como correos electrónicos, llamadas telefónicas, publicidad BTL (below the line) y consultorías Trade Marketing (soluciones en gestión de comercio).

Del mismo modo, la investigación de mercados y realización de encuestas de opinión pública registró aumento por estudios de opinión sobre cuestiones políticas como nivel de aprobación del Presidente a nivel urbano y rural, evaluación de la candidatura a la alcaldía de Lima, la educación de calidad en el Perú, preferencia de Universidades y colegios y "Día de San Valentín".

PRODUCCIÓN DEL SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS
 (Variación porcentual respecto a similar mes del año anterior)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI.
 Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI.
 Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas.

