

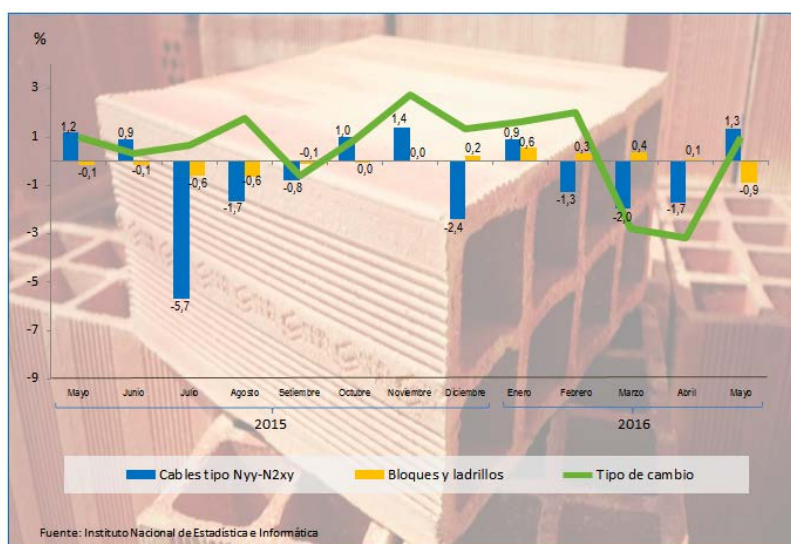
## ALZA DEL ACERO Y DÓLAR, INFLUYERON EN LOS PRECIOS DE LOS ELEMENTOS DE LA CONSTRUCCIÓN, EN MAYO 2016

### Alza del dólar, en mayo 2016, influyó en los precios de algunos elementos de la construcción

La cotización del dólar mostró en mayo 2016 un alza de 1,0%, influyendo en los precios de los materiales de la construcción, entre ellos: dinamita, tubería de fierro fundido, alcantarilla metálica, marco y tapa de fierro fundido y detonantes.

En tanto que, se observaron menores precios en aquellos materiales de la construcción, que tuvieron una menor demanda, como plancha galvanizada -2,0%, bloques y ladrillos -0,9%, agregado fino -0,7% y poste de concreto -0,6%.

VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE CABLES TIPO NYY-N2XY, BLOQUES Y LADRILLOS Y VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO (Mayo 2015 - Mayo 2016)



VARIACIÓN PORCENTUAL DE ELEMENTOS EN LOS ÍNDICES UNIFICADOS DE PRECIOS DE LA CONSTRUCCIÓN: 2016 \*/

PRODUCTOS	VARIACIÓN PORCENTUAL	
	MAYO	ENE - MAY
Gasolina	4,0	-12,9
Agregado fino	-0,7	0,4
Cables tipo Nyy-N2xy	1,3	-2,7

\*/ Área Geográfica 2: Lima, Provincia Constitucional del Callao, Ancash e Ica

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

**En mayo 2016, por segundo mes consecutivo, alza de precios de los insumos han influido en los precios de los productos derivados del acero**

En este mes, se ha observado que las mayores cotizaciones de precios referenciales del acero han incidido en el alza de sus productos derivados, entre ellos: plancha de acero LAC con 21,3%, plancha de acero LAF 15,4%, perfil de acero liviano 5,8%, acero de construcción liso 5,4% y acero de construcción corrugado 4,0%.

Otros materiales, que han registrado aumento de precios son: gasolina con 4,0%, cables tipo Nyy-N2xy 1,3% y artefactos de alumbrado exterior 0,9%.

**VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE PRECIOS DE PLANCHA DE ACERO LAC, ACERO DE CONSTRUCCIÓN CORRUGADO, Y PRECIOS REFERENCIALES DEL ACERO (Mayo 2015 - Mayo 2016)**



**VARIACIÓN PORCENTUAL DE DERIVADOS DEL ACERO EN LOS ÍNDICES UNIFICADOS DE PRECIOS DE LA CONSTRUCCIÓN: 2016 \*/**

PRODUCTOS	VARIACIÓN PORCENTUAL	
	MAYO	ENE - MAY
Plancha de acero LAC	21,3	20,6
Plancha de acero LAF	15,4	14,4
Acero de Construcción corrugado	4,0	-1,7
Tubería de acero negro y/o galvanizado	3,5	1,9

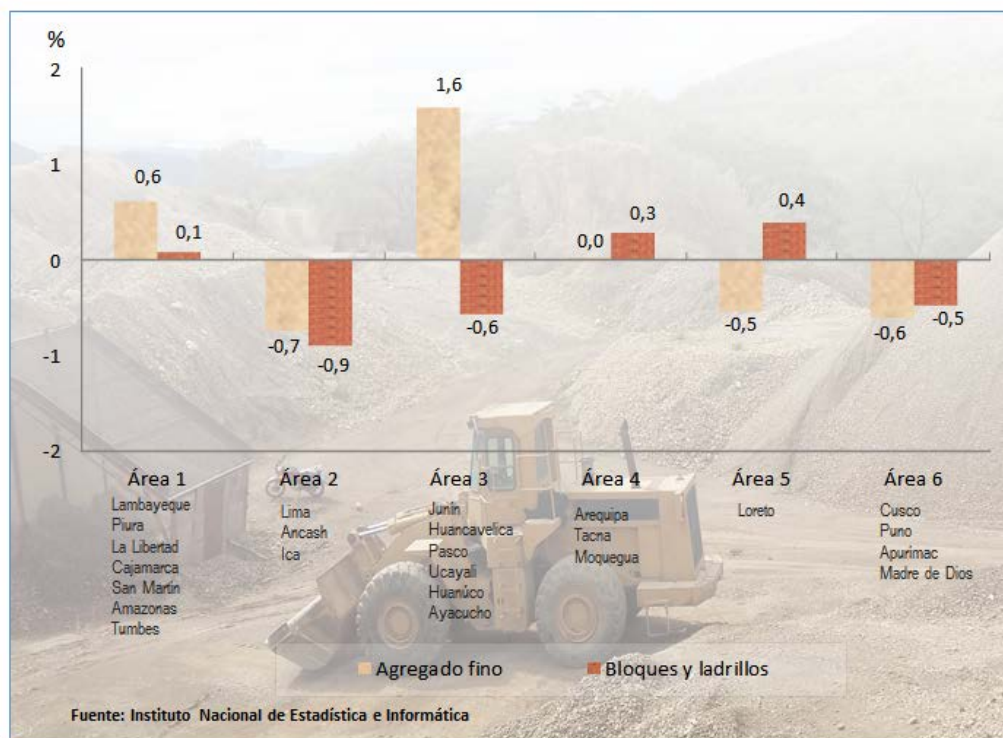
\*/ Área Geográfica 2: Lima, Provincia Constitucional del Callao, Ancash e Ica  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

## AGREGADO FINO Y BLOQUES Y LADRILLOS, PRESENTAN PRECIOS DIFERENCIADOS EN MAYO 2016

En el mes de mayo de 2016, a nivel nacional, los precios de los bloques y ladrillos mostraron precios diferenciados. La mayor tasa se registró en el área geográfica 5 con 0,4%, siguiéndole el área geográfica 4 con 0,3% y el área geográfica 1 con 0,1%, explicado por una mayor demanda; mientras que, el área geográfica 2 registró una baja de -0,9% y en igual sentido, el área geográfica 3 con -0,6% y el área 6 geográfica -0,5%, influenciados por las ventas.

De otro lado, se viene observando que el agregado fino (arena gruesa y arena fina), presentó una tendencia a la baja en tres de las áreas geográficas, explicado principalmente por la falta de demanda, fluctuando desde -0,6% en el área geográfica 6 hasta -0,7% en el área geográfica 2; mientras que, en el área geográfica 1 y 3 se observó alzas de precios de 0,6% y 1,6%, respectivamente.

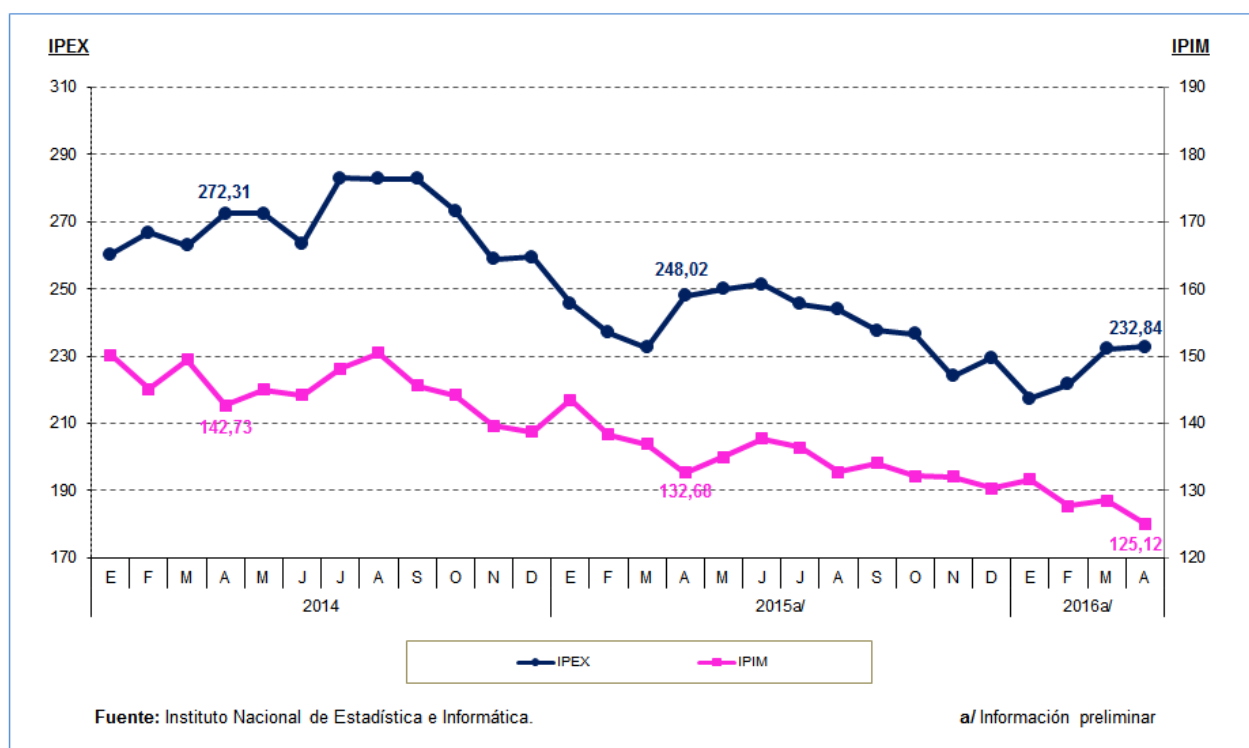
VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE AGREGADO FINO Y BLOQUES Y LADRILLOS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS: MAYO 2016



**EN ABRIL DE 2016, LAS VARIACIONES INTERANUALES DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE COMERCIO EXTERIOR CONTINÚAN A LA BAJA**

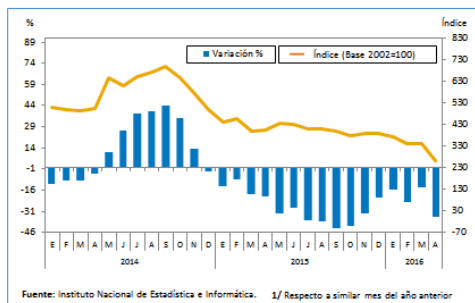
En el mes de abril de 2016; disminuyó, tanto el índice de precios de los bienes de exportación en -6.12% como el índice de precios de los bienes importados en -5.70%, ambos en relación a similar mes del 2015. La tendencia a la baja que muestran los precios de exportación, se explica básicamente por la caída de precios en productos como los minerales de cobre, cinc, molibdeno, plomo, hierro, estaño, los derivados del petróleo (gasolina sin plomo, carburreactores y residual 6); asimismo está la harina de pescado, paprika y espárragos; mientras que, el índice de precios de importación fue influenciado principalmente por la disminución en los precios del petróleo diésel 2, aceite crudo de petróleo, polipropileno, polietileno y algunos insumos como trigo, tortas de soya, leche en polvo; entre los más importantes.

**ÍNDICES DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN Y DE IMPORTACIÓN**  
ENERO 2014 - ABRIL 2016  
(BASE: AÑO 2002=100)



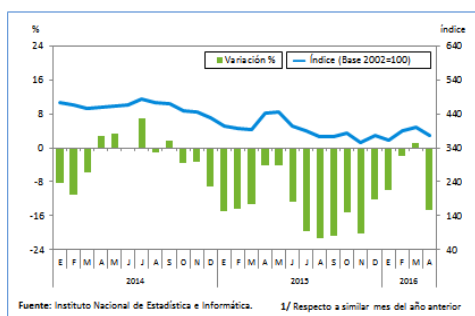


## EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE MOLIBDENO Y VARIACIÓN PORCENTUAL <sup>1/</sup>



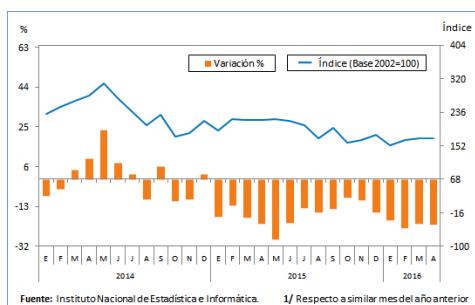
**Molibdeno:** En los últimos diecisiete meses el precio de exportación de este mineral presentó variaciones negativas; registrando en abril de 2016 una variación de -35,1%, respecto a similar mes del año 2015. No obstante, observó un incremento en el volumen exportado de 166,4% con respecto al mes de abril del 2015.

## EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE PLOMO Y VARIACIÓN PORCENTUAL <sup>1/</sup>



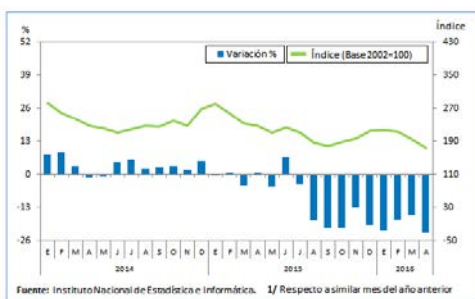
**Plomo:** El precio de exportación de este mineral registró en el mes de abril de 2016 una variación negativa de -14,8% con respecto a abril del año 2015. Se observa además, que en el mes de marzo de 2016 se registró la última variación positiva (1,2%) tras acumular más de un año de caídas constantes, desde octubre de 2014.

## EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE TORTAS DE SOYA Y VARIACIÓN PORCENTUAL <sup>1/</sup>



**Tortas de Soya:** Este subproducto importado mostró en abril de 2016, una disminución interanual de -21,9%, comportamiento que se va manteniendo desde inicios del año 2015; siendo los principales países de procedencia Bolivia 42%, Argentina 16%, Uruguay 15%, Estados Unidos 14%, Chile 13%.

## EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE POLIPROPILENO Y VARIACIÓN PORCENTUAL <sup>1/</sup>



**Polipropileno:** En abril de 2016, este importante insumo para la industria de plásticos, consignó en su precio de importación una variación de -23,12% con respecto a abril de 2015. Asimismo, en lo que del presente año observamos una tendencia negativa en los precios del polipropileno.

## LA ACTIVIDAD MANUFACTURERA NO PRIMARIA REGISTRÓ UN ALZA DE 3,35%

El Índice de Volumen Físico de la Industria Manufacturera No Primaria, en abril de 2016 registró un aumento de 3,35%, debido a la mayor producción de bienes de consumo en 3,14% e intermedios en 5,14%, Por el contrario, el subsector fabril primario decreció en 46,18%. Estos resultados determinaron en conjunto, una disminución del sector manufactura en 13,76%.

### Elaboración de productos de molinería

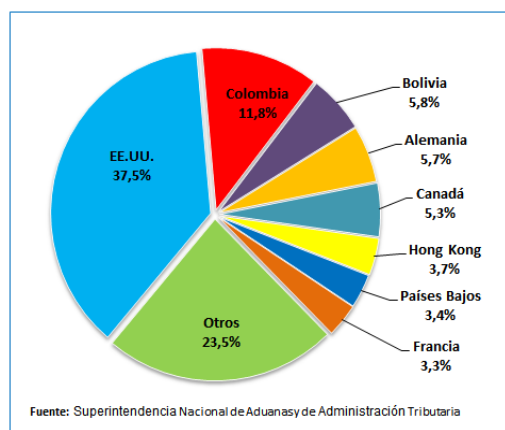
En abril de 2016, la rama de elaboración de productos de molinería creció en 25,39%, apoyado por el incremento de las exportaciones en 187,92%, por granos trabajados de los demás cereales a EE.UU. y Canadá, por arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado a Colombia y por harina de maca hacia Alemania, EE.UU., Hong Kong y Marruecos.

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE MOLINERÍA

Partida	Descripción	Miles US dólares del 2007		Var %	País
		Abr 2015	Abr 2016		
<b>Total</b>		<b>2 084</b>	<b>6 001</b>	<b>187,92</b>	
1104299000	Los demás granos trabajados de los demás cereales excepto de cebada (por ejemplo: mondados, perlados, troceados)	13	1 233	9 444,87	EE.UU.
1006300000	Arroz emblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	-	663	100,00	Colombia
1106209000	Los demás harinas de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 07.14	-	363	100,00	EE.UU.
1104299000	Los demás granos trabajados de los demás cereales excepto de cebada (por ejemplo: mondados, perlados, troceados)	0	240	100,00	Canadá
1106201000	Harina de maca (Lepidium meyenii)	14	217	1 413,80	Alemania
1106201000	Harina de maca (Lepidium meyenii)	486	204	-57,98	EE.UU.
1106201000	Harina de maca (Lepidium meyenii)	56	180	221,92	Hong Kong
1104120000	Granos aplastados o en copos de avena	-	156	100,00	Bolivia

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE MOLINERÍA ABRIL 2016  
(Participación porcentual)

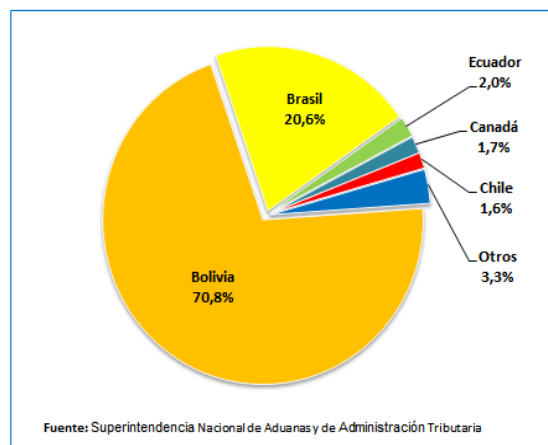


Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

### Industrias básicas de hierro y acero

La rama de industrias básicas de hierro y acero aumentó en 35,73%, por mayores exportaciones cuyo aumento fue 19,75%, por barra de hierro o acero sin alear con muescas, cordones, surcos o relieves a Brasil y Bolivia, por perfiles y láminas de hierro o acero a Bolivia; las plantas siderúrgicas ven la oportunidad de crecimiento debido a que los precios del hierro están con tendencia al alza y la demanda se está recuperando.

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE HIERRO Y ACERO - ABRIL 2016  
(Participación porcentual)



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE HIERRO Y ACERO

Partida	Descripción	Miles US dólares del 2007		Var %	País
		Abr 2015	Abr 2016		
<b>Total</b>		<b>11 534</b>	<b>13 813</b>	<b>19,75</b>	
7214200000	Barra de hierro o acero sin alear con muescas, cordones, surcos o relieves	5 141	7 004	36,25	Bolivia
7214200000	Barra de hierro o acero sin alear con muescas, cordones, surcos o relieves	-	2 843	100,00	Brasil
7216210000	Perfiles de hierro o acero en t, laminados en caliente altura	438	934	113,43	Bolivia
7217100000	Alambre de hierro o acero sin revestir, incluso pulido	225	341	51,17	Bolivia
7306900000	Los demás tubos y perfiles huecos de hierro o acero	90	257	184,86	Bolivia
7214911000	Las demás barras de hierro o acero sin alear de sección transversal rectangular inferior o igual a 100 mm	118	257	118,17	Bolivia
7210120000	Productos laminados planos de hierro o acero estañados, espesor < 0,5 mm	74	254	241,72	Ecuador
7217200000	Alambre de hierro o acero cincado	209	247	18,18	Bolivia

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

## Fabricación de vidrio y productos de vidrio

La rama de fabricación de vidrio y productos de vidrio presentó una variación positiva de 32,39%, explicado por la mayor demanda externa, principalmente de vidrio de seguridad templado para automóviles, aeronaves y barcos a EE.UU. y por demás bombonas de vidrio a República Dominicana y Colombia, que en su conjunto crecieron 104,62%. Los países destino fueron EE.UU, República Dominicana, Colombia y Puerto Rico.

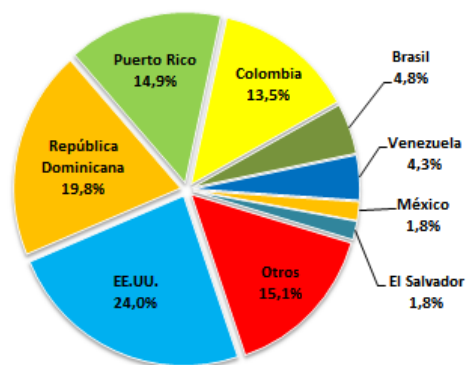
EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE VIDRIO

Partida	Descripción	Miles US dólares del 2007		Var %	País
		Abr 2015	Abr 2016		
Total		3 703	7 578	104,62	
7007110000	Vidrio de seguridad templado para automóviles, aeronaves, barcos u otros	-	1 500	100,00	EE.UU.
7010902000	Los demás bombonas de capacidad superior a 0,33l pero inferior o igual a 1l	529	1 499	183,31	República Dominicana
7010904000	Los demás bombonas de capacidad inferior o igual a 0,15l	537	1 018	89,58	Colombia
7010902000	Los demás bombonas de capacidad superior a 0,33l pero inferior o igual a 1l	436	619	42,00	Puerto Rico
7010903000	Los demás bombonas de capacidad superior a 0,15 l pero inferior o igual a 0,33 l	456	422	-7,58	Puerto Rico
7010904000	Los demás bombonas de capacidad inferior o igual a 0,15l	34	364	977,74	Brasil
7007210000	Vidrio de seguridad contrachapado p' automóviles, aeronaves, barcos u otros	492	318	-35,38	Venezuela
7007210000	Vidrio de seguridad contrachapado p' automóviles, aeronaves, barcos u otros	69	143	106,18	EE.UU.

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE VIDRIO ABRIL 2016  
(Participación porcentual)



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria



## NEGOCIOS DE RESTAURANTES (SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS) CRECIERON 2,23%

En abril de 2016, el sector restaurantes (servicios de comidas y bebidas) creció en 2,23%; resultado de la mayor actividad del grupo de restaurantes 2,00%, otras actividades de servicio de comidas 3,91%, las actividades de servicios de bebidas en 0,60% y suministro de comidas por encargo en 10,20%.

Para su medición, el INEI realiza la Encuesta Mensual de Restaurantes aplicada a una muestra de 1400 empresas dedicadas a los servicios de alimentación y bebida a nivel nacional.

- **Actividades de restaurantes creció en 2,00%.**

Determinado por mayores ventas en los rubros de comidas rápidas, pollerías, restaurantes, carnes y parrillas, chifas y comida japonesa; fruto de una atención personalizada e integral, mayor inversión en publicidad, presentación de nuevos complementos y bebidas, combos personales, familiares y combos integrales, creaciones culinarias en ensaladas y platos ligeros; además del acondicionamiento de ambientes para eventos corporativos. Asimismo, aumentó en los establecimientos de café restaurantes, restaurantes turísticos, pizzerías y sandwicherías con apertura de nuevas sucursales, ampliación de la zona de reparto para el servicio delivery y el servicio de valet parking. También contribuyó a la variación la participación en ferias por el Día del Dulce Peruano, eventos como Lima Food Week, Ferias Agropecuarias Mistura, Foro Mundial de Turismo Gastronómico y el Primer Congreso Internacional de Gastronomía.

- **Otras actividades de servicio de comidas aumentó en 3,91%.**

Impulsado por el rubro de concesionarios de alimentos; debido a la mejor gestión en comedores de colegios, universidades, hospitales, clínicas, embajadas, centros comerciales, retailers y entidades financieras; brindando servicio de alimentación completa y balanceada en sala o en la modalidad “para llevar”; además de la administración de cafeterías, servicios especiales y provisión de víveres. Los Servicios de suministro de comidas para contratistas (servicios de alimentación a empresas de transporte) presentaron un destacado crecimiento, principalmente, por la demanda en las empresas de transporte aéreo y terrestre; resultado del mayor movimiento del turismo; así como, ofertas y promociones a través de páginas web para cupones de descuento y fiestas costumbristas.

- **Las actividades de servicio de bebidas se incrementaron en 0,60%.**

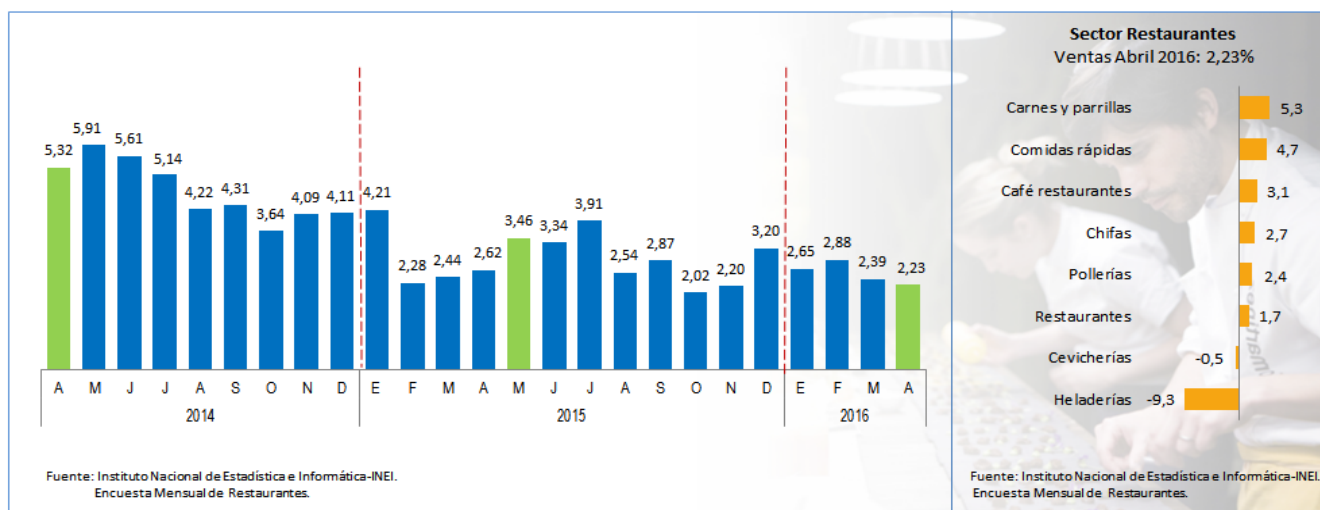
Influenciadas por la variación positiva en el desarrollo de los negocios de cafeterías, bar restaurantes y bares; teniendo como factores incidentes las nuevas combinaciones, menú degustación, carta de quesos y vinos; apoyados con estrategias de marketing, variedad de oferta, ambientes acogedores, servicios gratuitos de internet, revistas, periódicos y presentación de artistas.

- **Suministro de comidas por encargo ascendió en 10,20%.**

Explicado por el aumento en los servicios de preparación y distribución de alimentos para eventos, que atendieron contratos sobre eventos sociales, seminarios, convenciones, lanzamiento de productos y ferias comerciales.



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



## SECTOR COMERCIO CRECIÓ 3,11%, EN ABRIL DE 2016

*El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó que en abril de 2016, la actividad comercial del país registró un crecimiento de 3,11%, sustentado por el avance del comercio mayorista (3,76%) y minorista (3,90%); atenuado parcialmente por la disminución del comercio automotriz (-4,96). Para su medición, el INEI realiza la Encuesta Mensual de Comercio, aplicada a una muestra de 3 mil 500 empresas a nivel nacional.*

- **El comercio al por mayor creció 3,76%.**

Resultado de la mayor venta en la actividad otro tipo de maquinaria y equipo; destacando la venta de maquinaria pesada, repuestos en el sector minero y construcción y equipos médicos debido a mayores contratos. La venta de equipo periférico y programas informáticos aumentó, por el incremento de proyectos y ofertas. En la actividad combustibles sólidos, líquidos y gaseosos y de productos conexos, sobresalió la mayor venta de gas natural, seguido de gas licuado de petróleo y lubricantes por la renovación de locales de venta, mayor demanda, mejores precios y estrategias de venta. Los otros enseres domésticos como electrodomésticos, productos farmacéuticos, artículos de tocador, perfumería, artículos de bisutería, relojes de marca, útiles de oficina, crecieron por estrategias de marketing, campaña anticipada del Día de la Madre y el comportamiento favorable del mercado. La venta de materias primas agropecuarias y de animales vivos se incrementó por la mayor demanda de granos y semillas industriales como (maíz, trigo, café, cacao); así como la comercialización de aves de corral y alimento para animales. La venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco ascendió debido a la mayor demanda por ofertas y estrategias publicitarias.

- **Comercio minorista reportó un avance de 3,90%.**

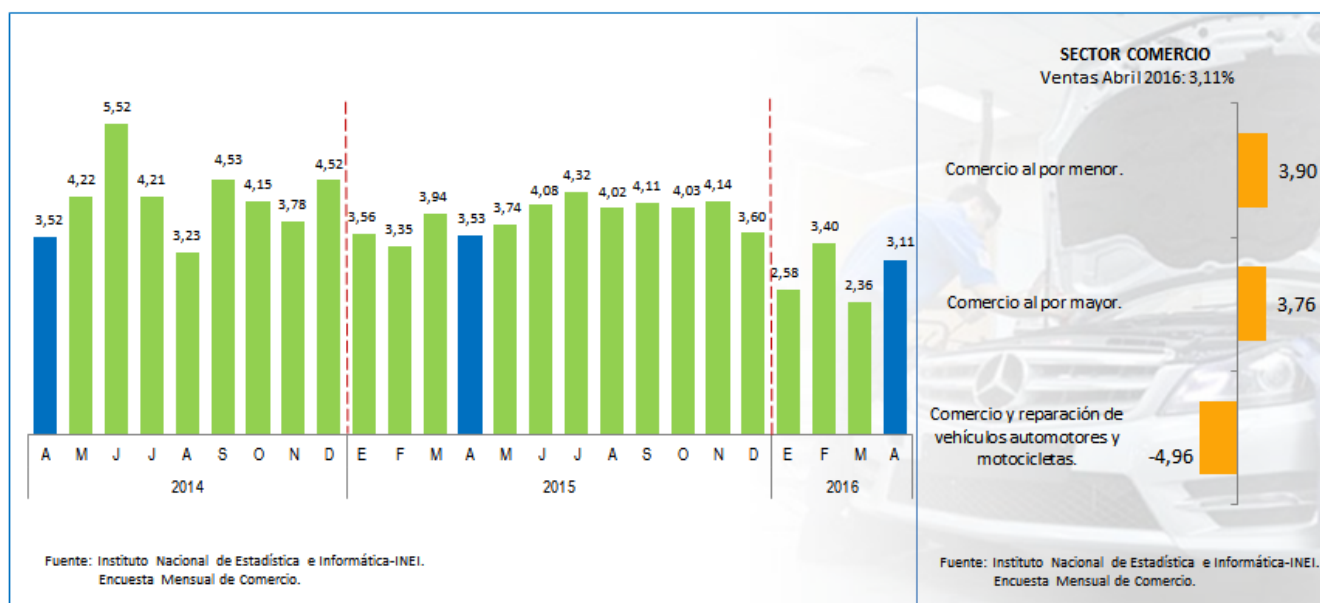
Determinado por el aumento en las ventas de otros productos en almacenes no especializados debido a las campañas publicitarias, promociones de ventas, presentación de nuevos productos y la apertura de tiendas por departamento. El rubro de otras ventas de productos nuevos en almacenes especializados se explica por el incremento del comercio en artículos ópticos, productos agroquímicos, veterinarios y artículos para decoración; que fue impulsado por la mayor demanda y la apertura de tiendas, promociones y nuevos clientes. La venta de electrodomésticos, muebles, aparatos de iluminación, y otros artículos para el hogar en almacenes especializados reflejó mayor dinamismo, presentando variedades de productos y modelos en el rubro de enseres para el hogar; apoyados por mayor marketing y promociones. La venta de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en almacenes especializados aumentó por la apertura de nuevos locales de farmacias y boticas, mayor publicidad y competencia en los precios, calidad y variedad de productos. La venta de combustible para vehículos automotores en centros especializados alcanzó un mayor dinamismo; debido a la ampliación de estaciones de servicios para la venta de GLP y GNV, mejor atención al cliente y precios competitivos. La venta en almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos, bebidas y tabaco donde figuran los supermercados e hipermercados, registra incremento, debido a la mayor competitividad en precios, rebajas de productos, mejora de servicios y aperturas de tiendas a nivel departamental.

• **Comercio automotriz registró disminución en 4,96%.**

Sustentado por el descenso en la venta de vehículos automotores, ventas de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores y el mantenimiento y reparación de vehículos automotores; en tanto, creció el mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios; debido al mayor requerimiento del mercado.

En Lima la actividad comercial creció 3,32% y en el resto del país la tasa registrada fue 2,53%.

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



*EL SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS, EN ABRIL DE 2016, REGISTRÓ UN AVANCE DE 1,98%.*

En Abril de 2016, el sector de Servicios Prestados a Empresas registró un aumento de 1,98%, respecto al mismo mes del año anterior; impulsado por el comportamiento positivo de las actividades profesionales científicas y técnicas (2,10%), las actividades de servicios administrativos y de apoyo (2,04%), publicidad e investigación de mercados (2,98%); en tanto, las agencias de viajes y operadores turísticos descendieron (-1,16%). Informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI); al dar a conocer los resultados de la Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas, aplicada a una muestra de 2 mil 341 empresas a nivel nacional.

- ***Las actividades profesionales, científicas y técnicas crecieron en 2,10%.***

Sustentado en el dinamismo de las actividades de consultoría de gestión empresarial, por el incremento de asesorías y consultorías en gestión de proyectos a empresas corporativas, grandes, medianas y pequeñas; para una mejor gestión y toma de decisiones en las áreas administrativas, finanzas, marketing, recursos humanos y tecnologías. Las actividades jurídicas ascendieron por contratos en asesoría legal, servicio notarial y procesos legales en materia civil, laboral y penal. Las Actividades de contabilidad mostraron ascenso por las declaraciones anuales de renta, teneduría de libros contables, elaboración de contratos laborales y asesoramiento financiero tributario. De otro lado, las actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico reportaron disminución de actividades, debido a la culminación de proyectos en provincias, finalización de contratos y menores operaciones en labores mineras.

- ***Las actividades de servicios administrativos y de apoyo subieron en 2,04%.***

Asociado a la expansión de las actividades administrativas de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas, principalmente, en centrales telefónicas para ventas, atención a clientes, soporte técnico y cobranzas en los diversos sectores (telecomunicaciones, bancarios, financieros, aseguradora, salud y tecnología). Servicios a edificios y actividades de jardinería ascendió por el aumento del rubro limpieza general de edificios, debido a la celebración de nuevos contratos de limpieza a oficinas, industrias, centros comerciales e instituciones públicas; actividades combinadas de apoyo a instalaciones crecieron por mejoras en servicios de instalación de oficinas, mantenimiento y servicios adicionales. La misma tendencia mostraron las actividades de agencias de trabajo temporal y agencias de colocación de empleo, por provisión de personal para servicios especializados y complementarios. De otro lado, las actividades de alquiler y de arrendamiento operativo decrecieron, debido a la menor demanda de maquinaria pesada, equipos especializados y alquiler de vehículos para empresas públicas y privadas.

- ***Publicidad e investigación de mercados se expandió en 2,98%,***

Explicado por el incremento de publicidad, ante el aumento de la campaña electoral en segunda vuelta, renovación de contratos para avisos publicitarios en pantallas digitales, paneles, letreros y servicios de marketing en puntos de venta (centros comerciales y supermercados). Investigación de mercados y realización de encuestas de opinión pública creció por las encuestas de elecciones presidenciales, estudios sociales y de mercado.



• **Agencias de viajes y operadores turísticos descendió en 1,16%.**

Resultado de la baja demanda en agencias de viajes; ante menor venta de boletos aéreos y colocación de paquetes turísticos, debido a la menor afluencia de turistas, cambios de destinos y cancelación de vuelos, así como la reducción de viajes de incentivo por parte del segmento corporativo. De otro lado, operadores turísticos ascendió por mayor flujo del turismo receptivo con visitas a los principales destinos turísticos (Cuzco, Arequipa y Loreto), debido a las mejores ofertas y promociones.

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

