

EN NOVIEMBRE 2015, BAJA DEL PRECIO DEL COBRE Y ALZA DEL DÓLAR INFLUYERON EN LOS PRECIOS DE LOS ELEMENTOS DE LA CONSTRUCCIÓN

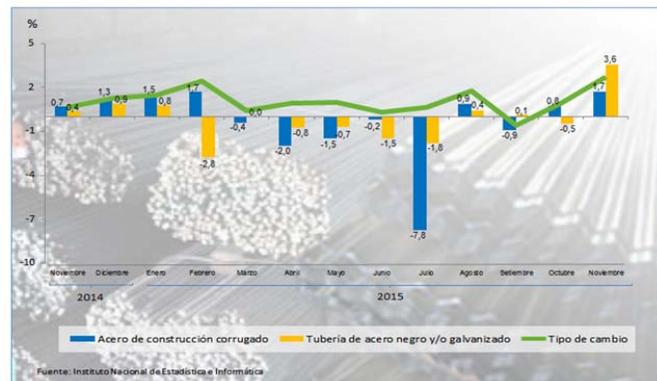
Por segundo mes consecutivo alza del dólar influyó en precios de elementos de la construcción

En el penúltimo mes del año 2015, el tipo de cambio tuvo la mayor variación mensual en lo que va del año (2,7%), influenciando en los precios de algunos elementos, así como factores externos, como: tubería de acero negro y/o galvanizado con 3,6%, tubería de PVC para la red de agua potable y alcantarillado 2,8% y Ductos y accesorios telefónicos de PVC 2,5%. Otros productos que también, fueron influenciados por el efecto del dólar figuran alcantarilla metálica, detonante, dinamita, plancha galvanizada y tubería de fierro fundido. De otro lado, los elementos derivados del acero presentaron tasas negativas por la competencia con los importados como perfil de acero liviano -6,0%, plancha de acero LAC -1,4% y plancha de acero LAF -0,7%.

En noviembre, caída de insumos, incidió en precios de elementos de la construcción

En noviembre del 2015, se ha observado que los precios de los productos derivados del cobre tuvieron un comportamiento a la baja, principalmente por la desaceleración en las cotizaciones de la materia prima (cobre) que se ha acentuado en este mes. La mayor tasa negativa se observó en tubería de cobre con -4,3%. De otro lado, alambres y cables TW y THW subieron 2,4%, los alambre y cable de cobre desnudo 1,5% y cables tipo Nyy-N2xy 1,4%.

VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE PRECIOS DE ACERO DE CONSTRUCCIÓN CORRUGADO, TUBERÍA DE ACERO NEGRO Y/O GALVANIZADO Y TIPO DE CAMBIO (Noviembre 2014 - Noviembre 2015)

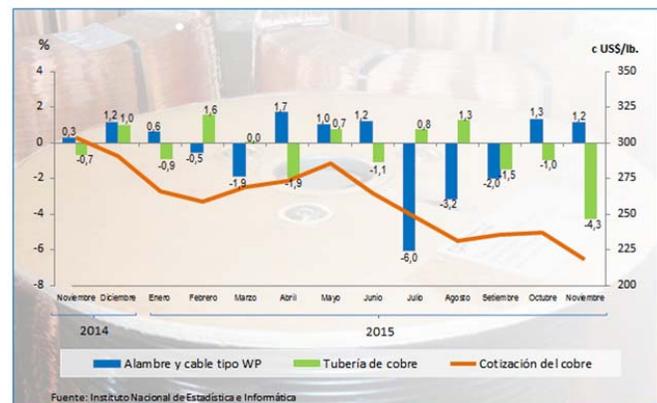


VARIACIÓN PORCENTUAL DE ALGUNOS ELEMENTOS EN LOS ÍNDICES UNIFICADOS DE PRECIOS DE LA CONSTRUCCIÓN: 2015 */

PRODUCTOS	VARIACIÓN PORCENTUAL	
	NOVIEMBRE	ENE - NOV
Tubería de acero negro y/o galvanizado	3,6	-3,1
Alcantarilla metálica	2,7	-8,5
Acero de construcción corrugado	1,7	-6,4
Perfil de acero liviano	-6,0	-15,7

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

VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DEL ÍNDICE DE PRECIOS DE ALAMBRE Y CABLE TIPO WP, TUBERÍA DE COBRE Y COTIZACIÓN DEL COBRE (Noviembre 2014 - Noviembre 2015)



VARIACIÓN PORCENTUAL DE DERIVADOS DEL COBRE EN LOS ÍNDICES UNIFICADOS DE PRECIOS DE LA CONSTRUCCIÓN: 2015 */

PRODUCTOS	VARIACIÓN PORCENTUAL	
	NOVIEMBRE	ENE - NOV
Tubería de cobre	-4,3	-6,3
Alambre y cable tipo WP	1,2	-6,6
Alambre y cable TW y THW	2,4	-2,1

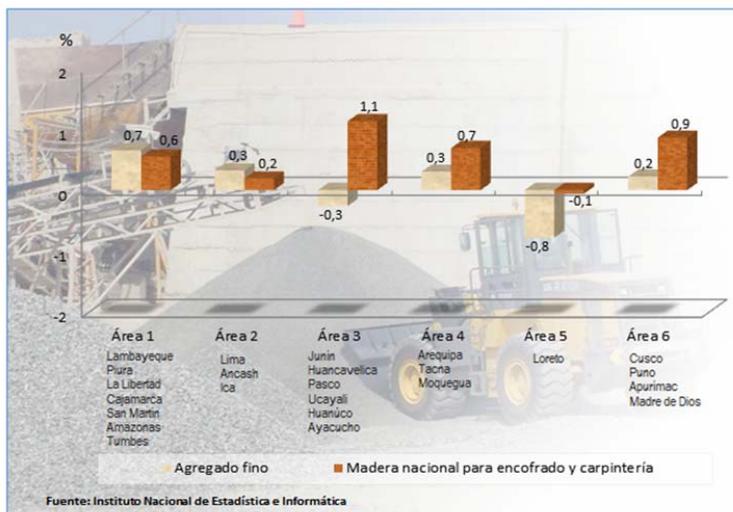
*/ Área Geográfica 2: Lima, Provincia Constitucional del Callao e Ica
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

MADERA NACIONAL PARA ENCOFRADO Y CARPINTERÍA PRESENTÓ ALZA DE PRECIOS POR ESCASEZ, EN NOVIEMBRE 2015

En noviembre 2015, a nivel nacional, se observó que la mayoría de áreas geográficas mostraron alza de precios, en madera nacional para encofrado y carpintería, debido a la escasez de algunas maderas y a la temporada de lluvias, presentando la mayor tasa positiva el área geográfica 3 con 1,1%, seguida del área geográfica 6 con 0,9%, área geográfica 4 con 0,7%, área geográfica 1 con 0,6% y en menor tasa el área geográfica 2 con 0,2%, y con tasa negativa el área geográfica 5 con -0,1%, por menores ventas.

De otro lado, se ha observado que el agregado fino (arena gruesa y arena fina), han mostrado una tendencia a la baja de precios por la disminución en las ventas, registrando la mayor caída de precios el área geográfica 5 con -0,8%, seguida del área geográfica 3 con -0,3%. Mientras que el área geográfica 1 mostró un alza de 0,7%, área geográfica 2 y 4 de 0,3% cada una y el área geográfica 6 con 0,2%, por factores climatológicos (lluvias).

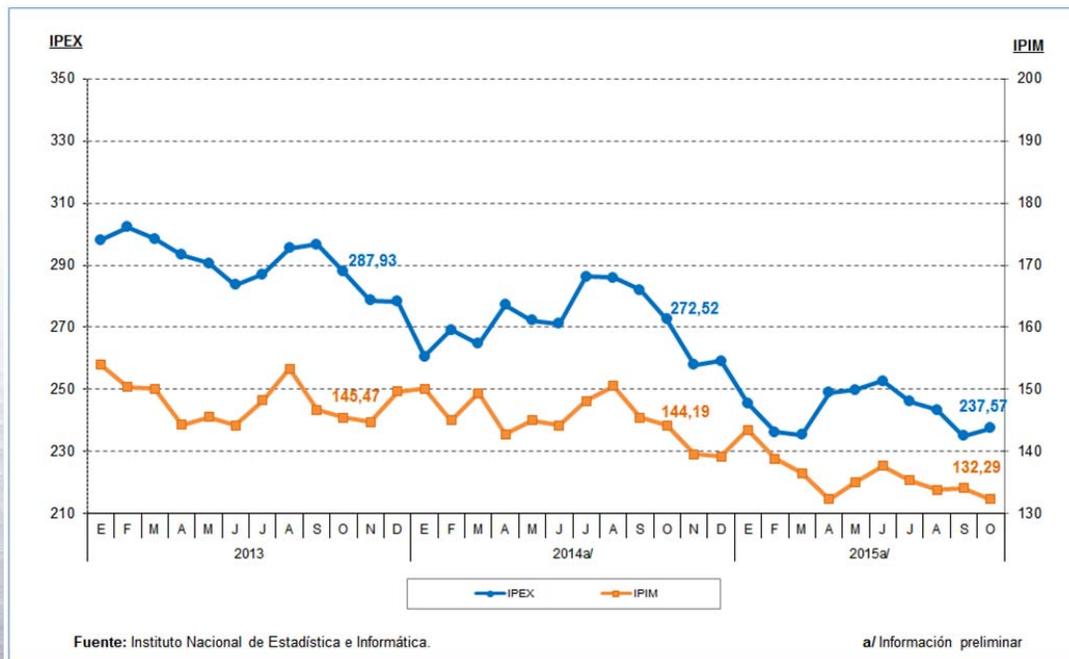
VARIACIÓN PORCENTUAL MENSUAL DE AGREGADO FINO Y MADERA NACIONAL PARA ENCOFRADO Y CARPINTERÍA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS: NOVIEMBRE 2015



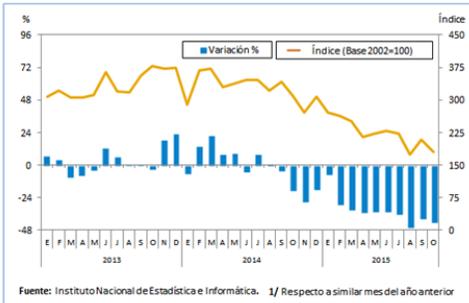
EN OCTUBRE 2015, LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE COMERCIO EXTERIOR MANTIENEN LA TENDENCIA NEGATIVA

En el mes de octubre de 2015; disminuyó, tanto el índice de precios de los bienes de exportación en -12,83% como el índice de precios de los bienes importados con -8,25%, ambos en relación a similar mes del 2014. La tendencia a la baja que muestran los precios de exportación, se explica básicamente por la caída de precios en productos como los derivados del petróleo (residual 6, gasolina sin plomo y carburreactores), minerales concentrados, café sin tostar y metales preciosos; mientras que, el índice de precios de importación fue influenciado principalmente por la disminución en los precios del aceite crudo de petróleo, petróleo diésel 2, policloruro de vinilo, aceite de soya en bruto, trigo y maíz amarillo duro, entre los más importantes.

ÍNDICES DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN Y DE IMPORTACIÓN
ENERO 2013 - OCTUBRE 2015
(BASE: AÑO 2002=100)

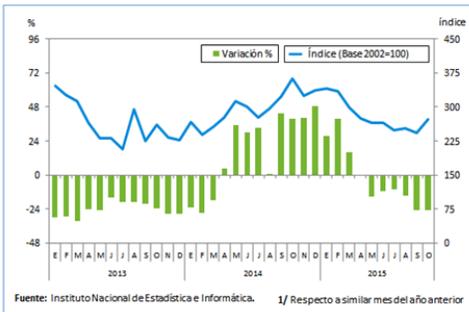


EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE LA GASOLINA SIN PLOMO Y VARIACIÓN PORCENTUAL 1/



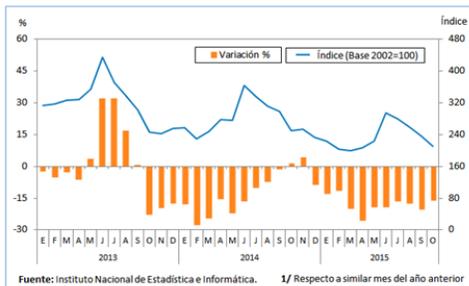
Gasolina sin plomo: El precio de exportación de este combustible presentó en octubre de 2015 una contracción de -41,8%, respecto al mismo mes del año pasado; observando variaciones negativas consecutivas por más de un año. Así mismo, el volumen exportado de gasolina sin plomo registró un descenso en los diez primeros meses de -8,8% en comparación a similar periodo de 2014.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DEL CAFÉ Y VARIACIÓN PORCENTUAL 1/



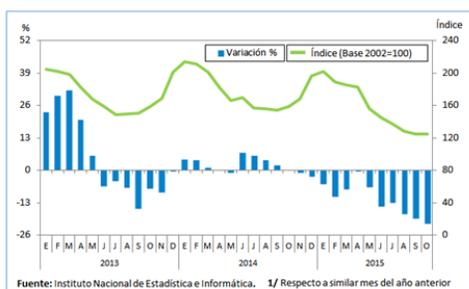
Café sin tostar: Las variaciones de los precios de exportación de este producto continúan la tendencia a la baja desde el mes de abril del presente año, registrando en octubre de 2015 una caída de -24,9% con respecto a similar mes de 2014. De otra parte, observamos en este último mes una relativa recuperación de precios.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DEL ACEITE DE SOYA EN BRUTO Y VARIACIÓN PORCENTUAL 1/



Aceite de soya en bruto: Durante el presente año el precio de importación de este insumo presentó variaciones negativas, registrando en octubre de 2015 una contracción de -16,0% en comparación al mes de octubre de 2014. El aceite de soya en bruto se importó principalmente de Argentina (86,0%) y Estados Unidos (13,2%).

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE POLICLORURO DE VINILO Y VARIACIÓN PORCENTUAL 1/



Policloruro de vinilo: En el mes de octubre, el precio de importación del PVC presentó una variación interanual de -21,3%, situándose como la más baja en lo que va del 2015. Asimismo, el volumen importado de este polímero termoplástico disminuyó en -10,2% con respecto a octubre de 2014.

LA ACTIVIDAD MANUFACTURERA NO PRIMARIA REGISTRÓ UNA DISMINUCIÓN DE 5,24%

El Índice de Volumen Físico de la industria manufacturera no primaria, muestra una tendencia decreciente en los últimos tres meses, registrando en octubre de 2015 una baja de 5,24%. Entre las principales ramas que explican el comportamiento contractivo del subsector figuran Impresión (- 29,39%) y acepilladura de madera (-29,53%). De otro lado, la actividad fabril primaria aumentó en 3,81%; atenuando la tendencia negativa del sector manufacturero que disminuyó 3,37%.

Impresión

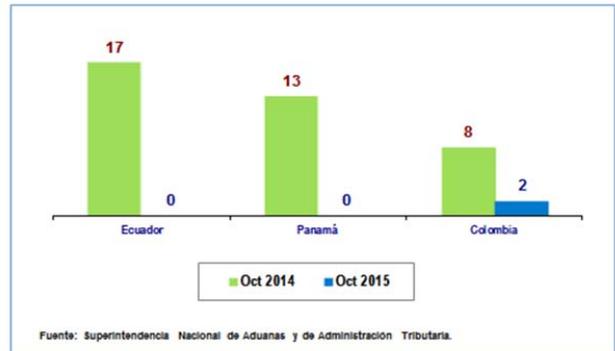
La rama de Impresión se redujo afectada principalmente por la menor demanda externa por demás impresos de Ecuador, Panamá, Colombia, Chile y Guatemala, entre otros.

EXPORTACIÓN DE DEMÁS IMPRESOS

Partida de la CIU 1811	Descripción	Miles US dólares		País
		Oct 2014	Oct 2015	
4911990000	Demás impresos	17	0	Ecuador
4911990000	Demás impresos	13	0	Panamá
4911990000	Demás impresos	8	2	Colombia
4911990000	Demás impresos	2	0	Chile
4911990000	Demás impresos	1	0	Guatemala
4911990000	Demás impresos	4	4	Bolivia
4911990000	Demás impresos	0	0	Uruguay

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

EXPORTACIÓN DE DEMÁS IMPRESOS
(Miles de US dólares)



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

Aserrado y acepilladura de madera

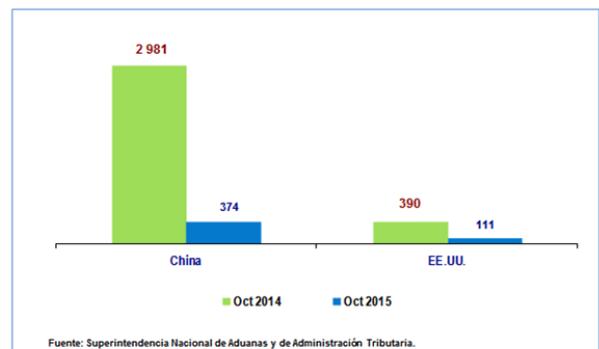
La actividad de aserrado y acepilladura de madera retrocedió, debido a la menor exportación de maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente a China y Estados Unidos de América, de demás tablillas y frisos para parquets, sin ensamblar a México y de madera moldurada a México y Francia.

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE ASERRADO Y APELLADURA DE MADERA

Partida de la CIU 1610	Descripción	Miles US dólares		País
		Oct 2014	Oct 2015	
4407990000	Demás maderas aserradas o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada	2 981	374	China
4409291000	Las demás tablillas y frisos para parquets, sin ensamblar	331	23	México
4407990000	Demás maderas aserradas o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada	390	111	EE.UU.
4409292000	Madera moldurada	258	72	México
4409292000	Madera moldurada	272	92	Francia
4409299000	Las demás maderas distintas de las coníferas	675	500	EE.UU.
4409291000	Las demás tablillas y frisos para parquets, sin ensamblar	2 195	2 029	China

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

EXPORTACIÓN DE DEMÁS MADERAS ASERRADAS O DESBASTADA
LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESEENROLLADA
(Miles de US dólares)



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

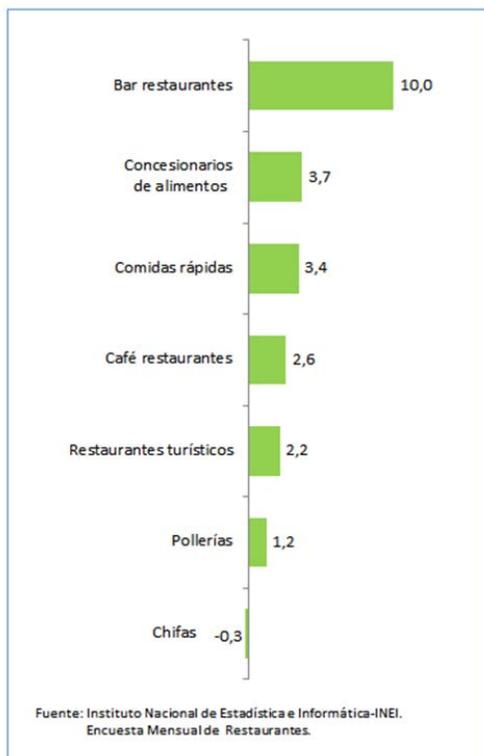
ACTIVIDAD DE RESTAURANTES CRECIÓ 2,02% EN OCTUBRE 2015

En octubre 2015 el sector restaurantes registró un crecimiento de 2,02%, determinado por el aumento de otras actividades de servicio de comidas, restaurantes, actividades de servicio de bebidas y suministro de comidas por encargo. Este ascenso es explicado por la ampliación de locales, posicionamiento en el mercado y preferencia del consumo de alimentos fuera del hogar.

Un factor positivo fue la participación en ferias gastronómicas como el Festival del Camarón, del Chanco al Palo y de la Pachamanca.



SECTOR RESTAURANTES
Ventas Octubre 2015: 2,02%



Por Tipo de negocio, los bar restaurantes lideraron el ranking de crecimiento, seguidos por concesionarios de alimentos y comidas rápidas, impulsados por la apertura de locales, gestión de servicios de calidad, afluencia de turistas nacionales y extranjeros y el posicionamiento de las franquicias.

Continuaron los café restaurantes, los restaurantes turísticos y las pollerías, negocios con permanente concurrencia debido a la publicidad y presencia en centros comerciales.

Otros negocios aportaron al crecimiento de la actividad como los establecimientos de comida japonesa, comida criolla, comida vegetariana, sandwicherías y heladerías, apoyados en alianzas comerciales, marketing y esmerada atención al público.

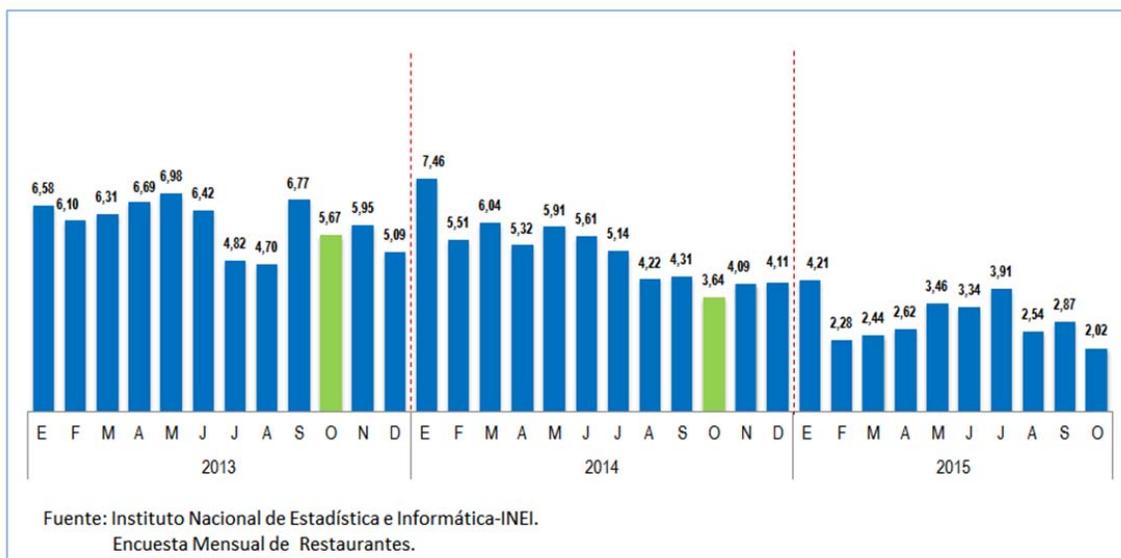
Por componentes, Otras actividades de **servicio de comidas se incrementaron 6,11%**, principalmente por concesionarios de alimentos debido a la gestión de servicios de calidad, aumento de contratos de menú económico, menú ejecutivo y dietas, dirigidos a hospitales, policlínicos, fuerzas armadas, ministerios, bancos y empresas mineras. El suministro de comidas para contratistas (servicios de alimentación para empresas de transporte) mostró destacado crecimiento en la línea de servicio aéreo y terrestre debido a diversas actividades en Lima y provincias.

El grupo de **restaurantes** creció 1,09%, por impulso de las grandes cadenas de comidas rápidas, pollerías, restaurantes y café restaurantes, apoyados por una atención personalizada, amplia oferta culinaria, participación en eventos corporativos y festividades, apertura y ampliación de locales. Así también registraron avance los restaurantes turísticos, comida japonesa, sandwicherías y heladerías, por publicidad y nuevas promociones.

Las **actividades de servicio de bebidas** registraron avance de 2,68%, con el aporte de bar restaurantes, cafeterías, discotecas y bares, por la apertura de establecimientos en centros comerciales, promociones en bebidas, vales de consumo y pases gratuitos. Cabe mencionar la contribución de eventos realizados como Expovino, Oktoberfest, Día de la Canción Criolla y Halloween.

Los servicios de catering presentaron aumento de 11,36% por solicitudes de preparación y distribución de alimentos, con contratos en el servicio de coffee break, brunch, buffets y mesas gourmet, para eventos y convenciones.

EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA ACTIVIDAD DE RESTAURANTES: 2013-2015
Variación % respecto a similar periodo del año anterior



Estos resultados se obtienen de la Encuesta Mensual de Restaurantes que realiza el INEI, aplicada a una muestra aproximada de 1 mil 400 empresas a nivel nacional.



SECTOR COMERCIO CRECIÓ 4,03% EN OCTUBRE 2015

La actividad comercial en octubre de 2015 registró un aumento de 4,03%, impulsada por el avance del comercio mayorista y minorista. Estos resultados se explican por la ampliación de mercados, promociones y descuentos, mayor disponibilidad de créditos para ejecución de proyectos y el aumento de créditos de consumo.



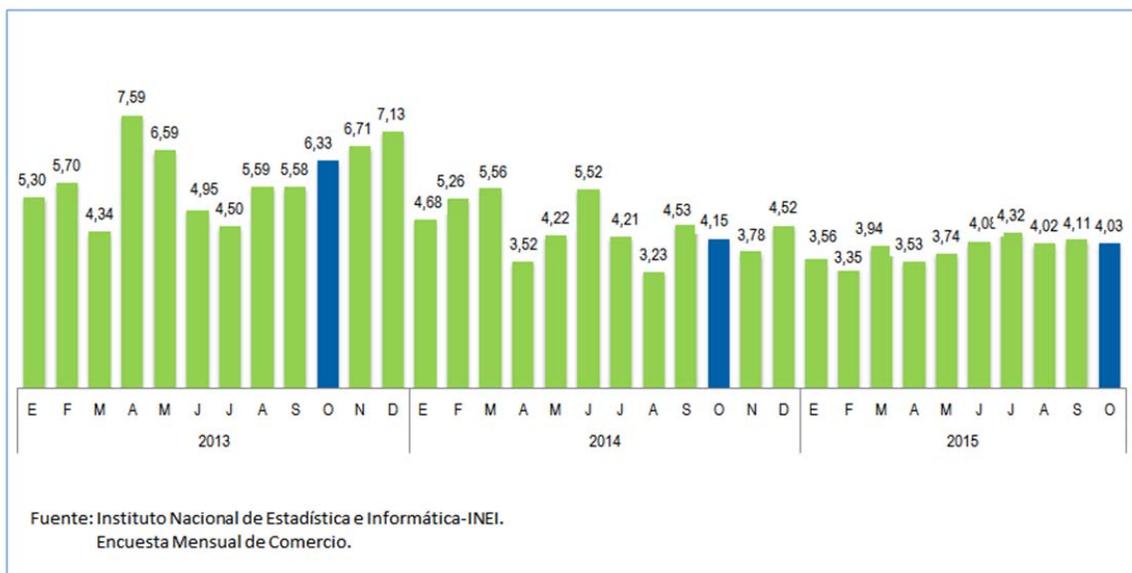
El comercio al por mayor creció en 4,83% y estuvo impulsado por la venta de otro tipo de maquinaria y equipo como repuestos y maquinaria pesada para la minería, agro, construcción, productos eléctricos y electrónicos; por la venta de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos debido a la apertura de nuevos locales y estrategias de marketing. También influyó la venta de materias primas agropecuarias entre ellas granos y semillas industriales como maíz, trigo, café, cacao y kiwicha, así como aves vivas y alimento para animales. La venta de otros enseres domésticos como electrodomésticos, productos farmacéuticos, artículos de tocador, juguetes y útiles de oficina, registró incremento por intensivas campañas y posicionamiento en el mercado. La venta de equipos electrónicos y de telecomunicaciones presentó aumento en la línea de equipos celulares, recargas virtuales, chips, equipos electrónicos de seguridad para redes, datos y semiconductores eléctricos.

El comercio al por menor se incrementó en 4,07%, en respuesta a la dinámica del consumo de las familias. La venta de combustible para vehículos automotores creció por nuevas estaciones de servicio y precios competitivos; el rubro de otras ventas al por menor como artículos ópticos, productos

agroquímicos, pesticidas y veterinarios reportó incremento por introducción al mercado de nuevas presentaciones y competencia en el mercado. La venta de alimentos creció, sobretudo en artículos de primera necesidad (aceites, harinas, huevos, pollos, carnes), así como chocolates, golosinas y productos lácteos, por mayor demanda pre-navideña. La venta de electrodomésticos, muebles, aparatos de iluminación y otros artículos para el hogar creció por la diversificación de líneas de productos, facilidades de pago y publicidad. La venta de prendas vestir, calzado y artículos de cuero registró crecimiento por estrategias de venta, variedad de modelos y avance de la temporada primavera-verano. También crecieron la venta en supermercados, hipermercados y tiendas por departamento, que en parte se debió al mayor uso de tarjetas de crédito como medio de pago.

El comercio automotriz registró una variación de -3,26%, por menor venta de vehículos automotores y de motocicletas.

EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL: 2013-2015
Variación % respecto a similar periodo del año anterior



Estos resultados se obtienen de la Encuesta Mensual de Restaurantes que realiza el INEI, aplicada a una muestra aproximada de 1 mil 400 empresas a nivel nacional.



IMPULSARON AL SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS LAS CONSULTORÍAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

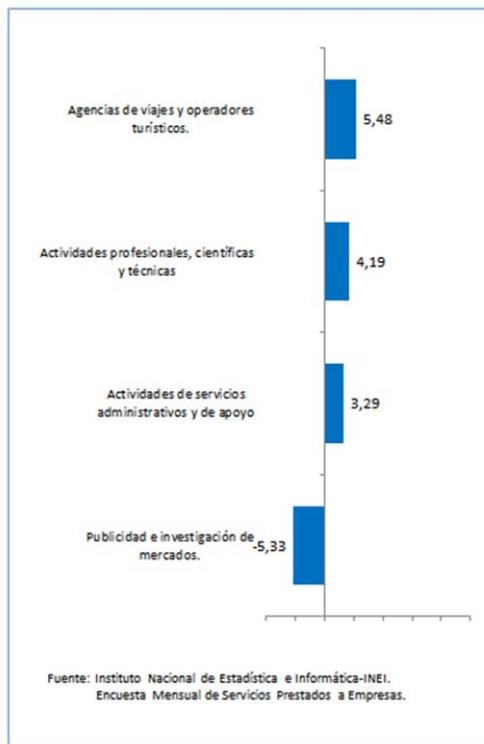
El sector Servicios Prestados a Empresas en octubre 2015 registró un aumento de 3,29%, impulsado por las actividades profesionales científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos y de apoyo; agencias de viajes y operadores turísticos por despliegue de operaciones con ocasión de fechas festivas de fin de año. Los factores incidentes al ascenso fueron el incremento de asesorías, operaciones y valorizaciones.



- **Actividades profesionales, científicas y técnicas** crecieron 4,19% y el componente de mayor dinamismo fue el rubro de consultoría de gestión empresarial por incremento de proyectos empresariales y planes de negocios, para asistencia y asesoría en el área comercial, financiera, administrativa y ventas. Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico sustentó crecimiento por estudios y proyectos, servicios de ingeniería, instalación, mantenimiento, elaboración de planos y supervisión de obras. Las actividades jurídicas mostraron buen desempeño, por aumento de servicios notariales y asesoría legal en procedimientos civiles, penales y laborales. De otro lado las actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría reportaron disminución de servicios por cierre de negocios y retraso en el inicio de trabajos.

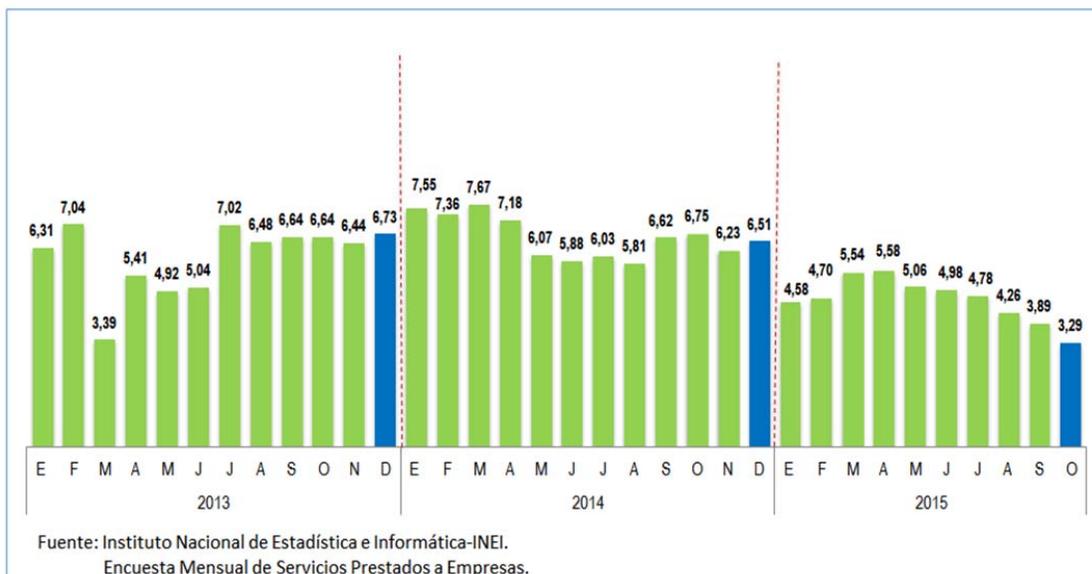
- **Actividades de servicios administrativos y de apoyo** ascendieron 3,29%, principalmente por alquiler y arrendamiento operativo con énfasis en alquiler de otros tipos de maquinarias, equipos y bienes tangibles, ante mayor requerimiento de maquinaria pesada para el sector minero y construcción por la apertura de proyectos en provincias; la misma tendencia mostró alquiler de vehículos automotores debido a contratos de transporte para carga liviana y pesada. Actividades administrativas de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas crecieron por servicios de centrales telefónicas debido a la venta de servicios y productos financieros, telecomunicaciones y seguros. Servicios a edificios y actividades de jardinería ascendieron por actividades combinadas de apoyo a instalaciones y limpieza general de edificios ante la captación de clientes, renovación de contratos para oficinas, locales comerciales y almacenes.

SECTOR SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS
Ventas Octubre 2015: 3,29%



- **Agencias de viajes y operadores turísticos mostró avance de 5,48%**, los operadores turísticos ampliaron actividades por demanda de paquetes promocionales (tours privados, servicios de aventura, hospedaje, gastronomía, paseos y excursiones) y ofertas especiales a nuevos destinos para turistas nacionales y extranjeros. Agencias de viajes ascendió debido a la demanda de pasajes aéreos y servicios turísticos para el segmento vacacional y corporativo.
- **Publicidad e investigación de mercados registró variación de -5,33%**, publicidad por reducción de gastos en inversión publicitaria debido al recorte de presupuesto de los clientes; investigación de mercados por menores órdenes de estudios de marketing y encuestas.

EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA ACTIVIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS A EMPRESAS: 2013-2015
Variación % respecto a similar periodo del año anterior



Estos resultados se obtienen de la Encuesta Mensual de Servicios Prestados a Empresas que realiza el INEI, aplicada a una muestra de 2 mil 500 empresas a nivel nacional.