

Indicador de Confianza

del Sector de la Hostelería Española

☐ TERCER TRIMESTRE DE 2017



Indicador de Confianza Hostelera (ICH)

Tercer trimestre de 2017

Introducción

Dada la importancia que tiene el sector de la hostelería en España, que supone el 6,8% del PIB de la economía española y más de 1,6 millones de trabajadores, y la situación de crisis iniciada en el año 2008, desde la Federación Española de Hostelería (en colaboración con la Universidad Nebrija hasta el primer trimestre de 2017) se viene realizando desde el año 2009 un Indicador trimestral que trata de reflejar la valoración de los empresarios hosteleros respecto a la evolución de sus negocios a lo largo del año.

Cada trimestre permite a las empresas del sector proyectar su impresión o apreciación empresarial sobre la evolución del sector de la hostelería, comparando el período analizado con el trimestre inmediatamente anterior y los mismos meses del año precedente, así como sus previsiones para el futuro inmediato.

Metodología

El Indicador se elabora a través de una encuesta que se envía por correo electrónico a una muestra significativa de establecimientos del sector hostelero (alojamiento, restaurantes, cafeterías, bares y locales de restauración organizada) a los que se realizan una serie de preguntas sobre la evolución de sus negocios en cada trimestre, de la que se obtienen tres índices:

- Índice de Confianza Anual. Se refiere a la valoración que hacen los empresarios de la evolución de su negocio en relación con la del mismo trimestre del año anterior. Se obtiene a partir de la siguiente pregunta:
 1. *En comparación con el tercer trimestre del año 2016, ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?*

- Índice de Confianza Trimestral. Refleja la situación del negocio comparando con el trimestre inmediatamente anterior, a partir de la pregunta:
 2. *En comparación con el segundo trimestre del año 2017 ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?*

- Índice de Confianza Futura. Muestra las expectativas de los hosteleros respecto al siguiente trimestre, a través de la siguiente pregunta:

3. *¿Cómo percibe las expectativas del próximo trimestre, o las ventas del cuarto trimestre de 2017, con relación a las ventas del tercer trimestre de 2017?*

Los índices parciales anteriores (situación actual y perspectivas) resultan de los siguientes pasos:

1. De cada una de las preguntas anteriores, se obtiene la diferencia entre el porcentaje de respuestas positivas (mejor) y el de las respuestas negativas (peor). Las respuestas de “igual” no cuentan para el cálculo.

$$\% \text{ Respuestas mejor} - \% \text{ Respuestas peor} = \text{Resultado}$$

2. Se suma 100 al resultado del primer paso.
3. De la media aritmética de los tres índices parciales se obtiene el Índice de Confianza Hostelera (ICH):

$$\text{ICH} = (\text{Índice Anual} + \text{Índice Trimestral} + \text{Índice Futuro}) / 3$$

Además de las tres preguntas anteriores para valorar la evolución de los negocios respecto al pasado y el futuro, en el cuestionario se incluyen otras dos preguntas para ver el grado de influencia que tienen una serie de factores en la evolución de la marcha de los negocios hosteleros. La escala para verificar la mayor o menor intensidad del problema que se detecta consiste en un intervalo de variación que oscila entre 0 y 5, siendo el valor de cinco el que expresa la situación más adversa:

4. *Valore de 1 a 5 la influencia en los resultados de su establecimiento de determinados factores o problemas de naturaleza **interna** (considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima)*
5. *Valore de 1 a 5 la influencia en los resultados de su establecimiento de ciertos factores o problemas de naturaleza **externa** (considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima)*

De cada una de las preguntas anteriores se calcula la media aritmética, resultante de sumar los datos obtenidos y dividir el resultado entre el número total de respuestas.

Resultados Indicador de Confianza del tercer trimestre de 2017

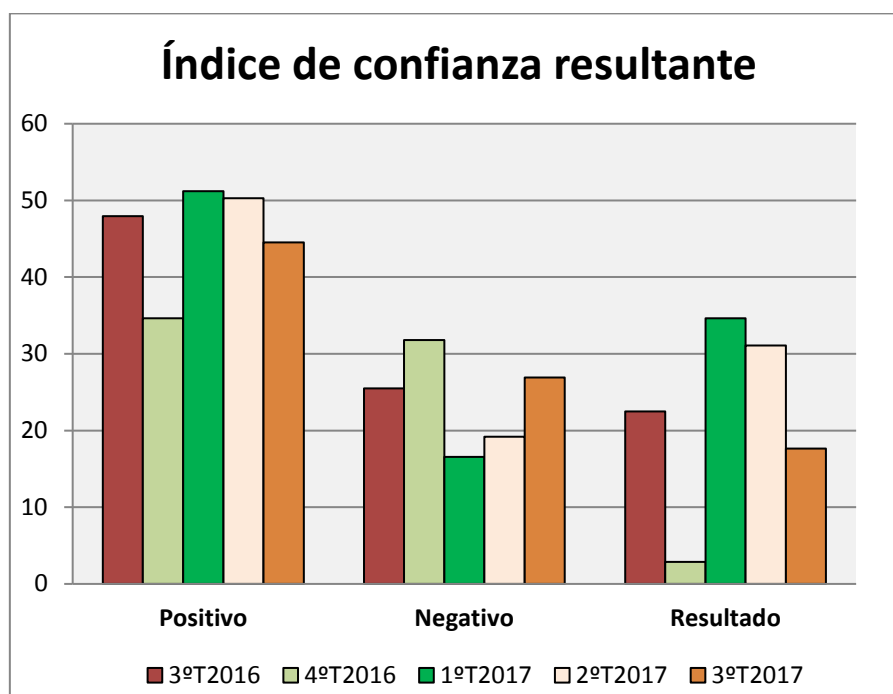
Índices	% Respuestas positivas	% Respuestas negativas	% Diferencia
Índice anual	52,2	19,3	32,9
Índice trimestral	51,3	22,8	28,5
Índice futuro	30,1	38,6	-8,5
Índice de Confianza	44,5	26,9	17,6

De la media entre las respuestas positivas y negativas de los diferentes índices del Indicador resulta un Índice de confianza resultante de 117,6:

$$ICH = [(100+32,9) + (100+28,5) + (100-8,5)/3] = 117,6$$

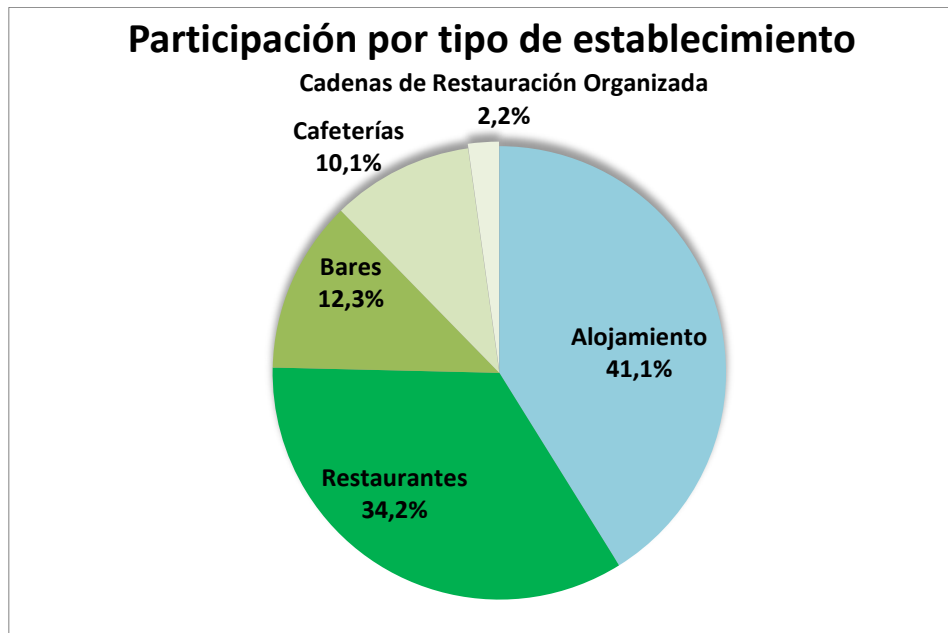
El ICH del tercer trimestre de 2017 se sitúa en 117,6 puntos, 13,5 puntos por debajo de los datos resultantes en el trimestre anterior. Este descenso del ICH se debe a una peor valoración de la situación actual respecto al anterior trimestre (índice trimestral), que desciende 6,5 puntos, y especialmente de las expectativas (índice futuro), que bajan 34,7 puntos, mientras que la valoración respecto al mismo trimestre del año anterior (índice anual) sólo aumenta 0,8 puntos.

Comparando con los datos del ICH resultante en el mismo trimestre de 2016, el resultado es también algo menos favorable, suponiendo 4,9 puntos menos. Ese resultado se debe a una peor valoración en cada uno de los índices: 5,7 puntos menos la interanual, 1,6 puntos menos la intertrimestral y 7,3 menos la de futuro.



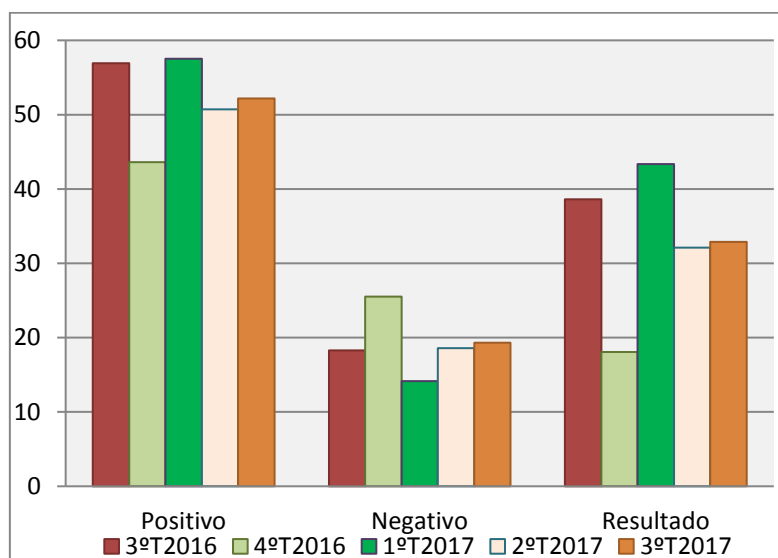
Tipo de establecimientos

En la encuesta correspondiente al tercer trimestre de 2017 ha habido mayoría de respuestas por parte del alojamiento, con un 41,1% del total, seguido de los restaurantes (34,2%). Los bares representan el 12,3% de las respuestas y las cafeterías el 10,1%, y con menor representación las cadenas de restauración organizada (2,2%).



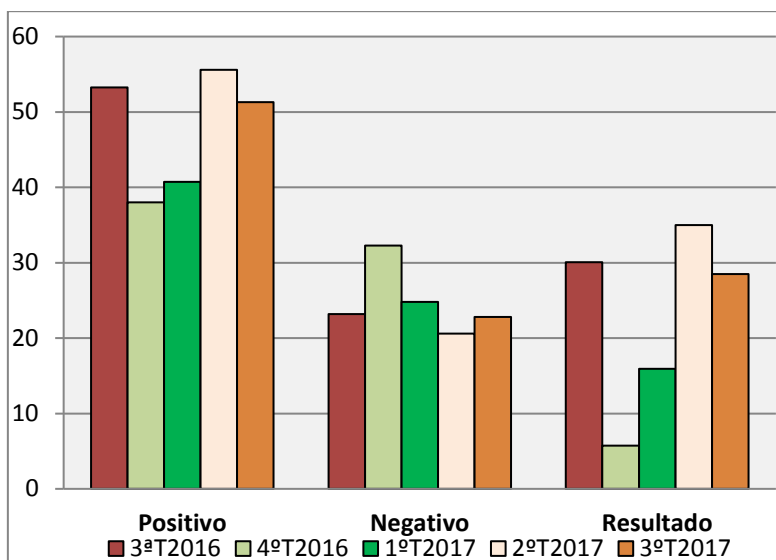
Confianza respecto al mismo trimestre del año anterior

El índice de valoración de la situación en el tercer trimestre de 2017 respecto al mismo período de 2016 tiene un valor positivo al ser las respuestas positivas superiores a las negativas. El 52,2% de los encuestados considera que la evolución de su negocio ha sido más favorable que en el mismo trimestre del año anterior, mientras que el 19,3% opina que peor, y el 28,5% considera que es igual. De la diferencia entre respuestas positivas y negativas resulta un índice que se sitúa en 32,9 puntos. Esto supone un ligero aumento de 0,8 puntos respecto al índice correspondiente al trimestre anterior, aunque desciende 5,7 puntos con relación al del tercer trimestre de un año atrás.



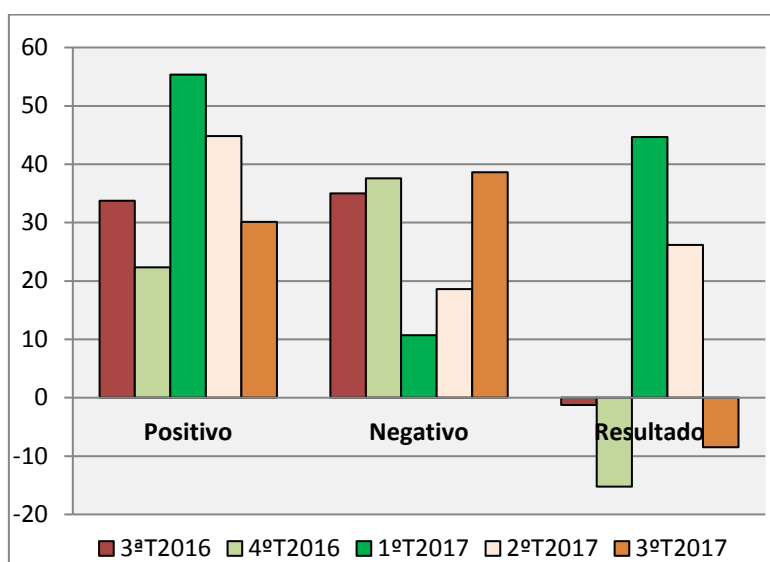
Confianza respecto al anterior trimestre

La valoración respecto al trimestre anterior ha resultado negativa, con 51,3% de las respuestas positivas, 22,8% negativas y 25,9% igual, situándose el índice de confianza en 28,5 puntos. Esta valoración es más desfavorable que la del segundo trimestre del año, con 6,5 puntos menos, debido fundamentalmente a que el tercer trimestre representa el principal período de la temporada alta del verano. Comparando con el resultado de este indicador en el mismo trimestre de 2016, también desciende, aunque de forma más suave, 1,6 puntos menos que en ese período.

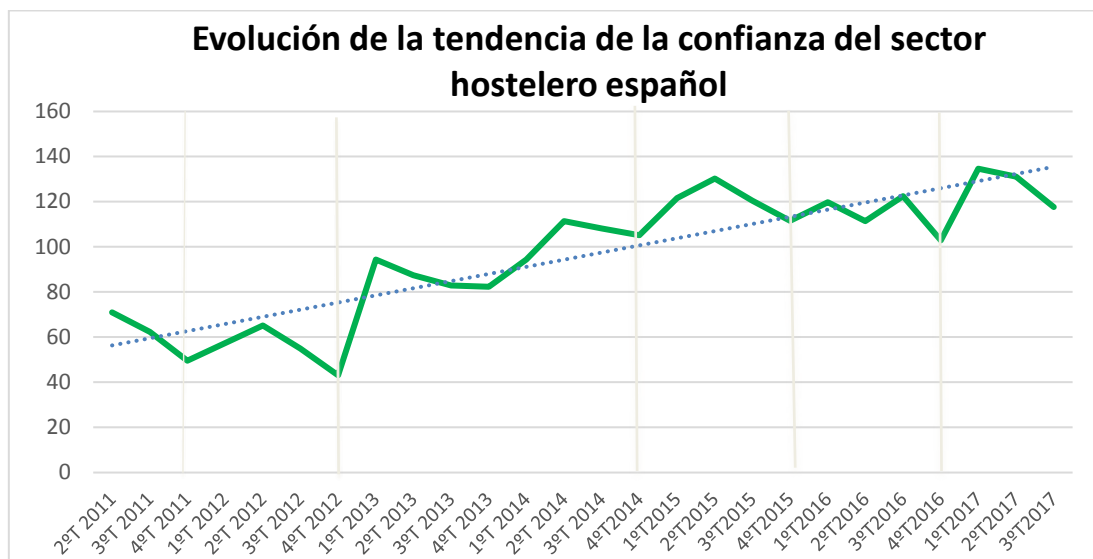


Confianza respecto al siguiente trimestre

Respecto a las expectativas, la confianza que tienen los empresarios en la evolución de su negocio en el siguiente trimestre respecto al actual es más negativa, debido principalmente a la finalización de la temporada alta del verano. El índice futuro resultante se sitúa en -8,5%, ya que el porcentaje de respuestas positivas (30,1%) fue inferior al de las negativas (38,6%). Un 31,3% considera que será igual. Se sitúa así el índice 34,7 puntos por debajo del índice del trimestre precedente, y 7,3 puntos también inferiores al índice del tercer trimestre de 2016.



La confianza de los empresarios hosteleros en los últimos años ha mejorado, manteniendo una evolución de tendencia al alza, con una valoración positiva desde el segundo trimestre de 2014.

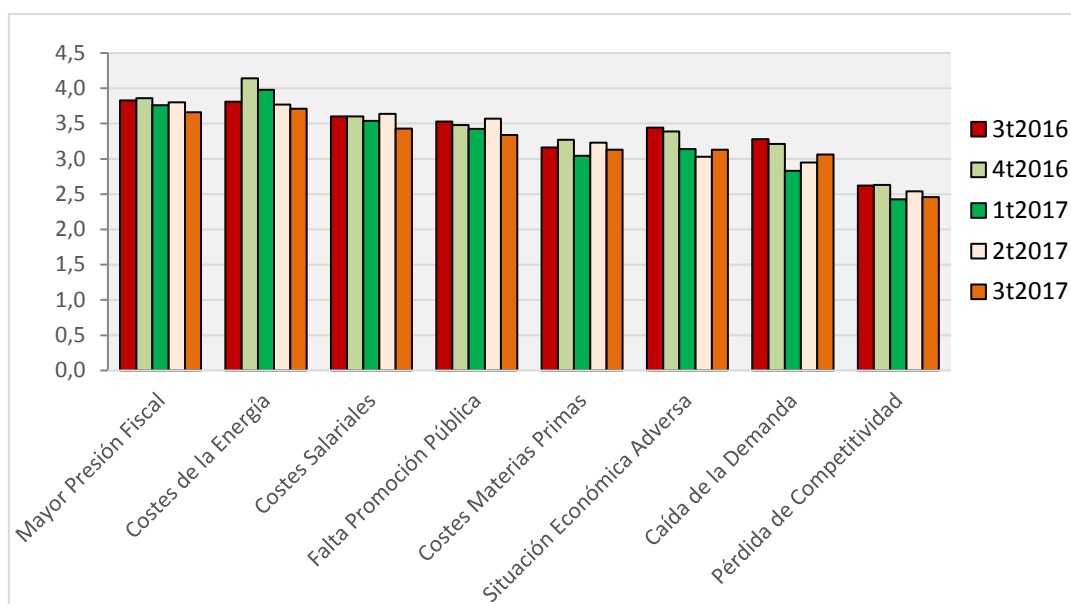


Influencia de los Factores

A las anteriores cuestiones se añaden dos más para tratar de conocer los factores de influencia que condicionan el sector. La primera para analizar en qué medida influyen los factores internos en el desarrollo del negocio hostelero. La segunda para medir la repercusión de los factores externos.

Factores de influencia internos

La mayor presión fiscal y los costes de la energía se mantienen como los factores con la valoración más alta en el tercer trimestre, situándose por encima del resto de los factores, por lo que son los percibidos por los empresarios como los problemas de mayor influencia en la evolución de sus negocios. En el lado contrario, la pérdida de competitividad mantiene la valoración más baja. Aunque ninguno de los factores presenta variaciones acusadas, la caída de la demanda y la situación económica adversa aumentan ligeramente su influencia, descendiendo el resto.

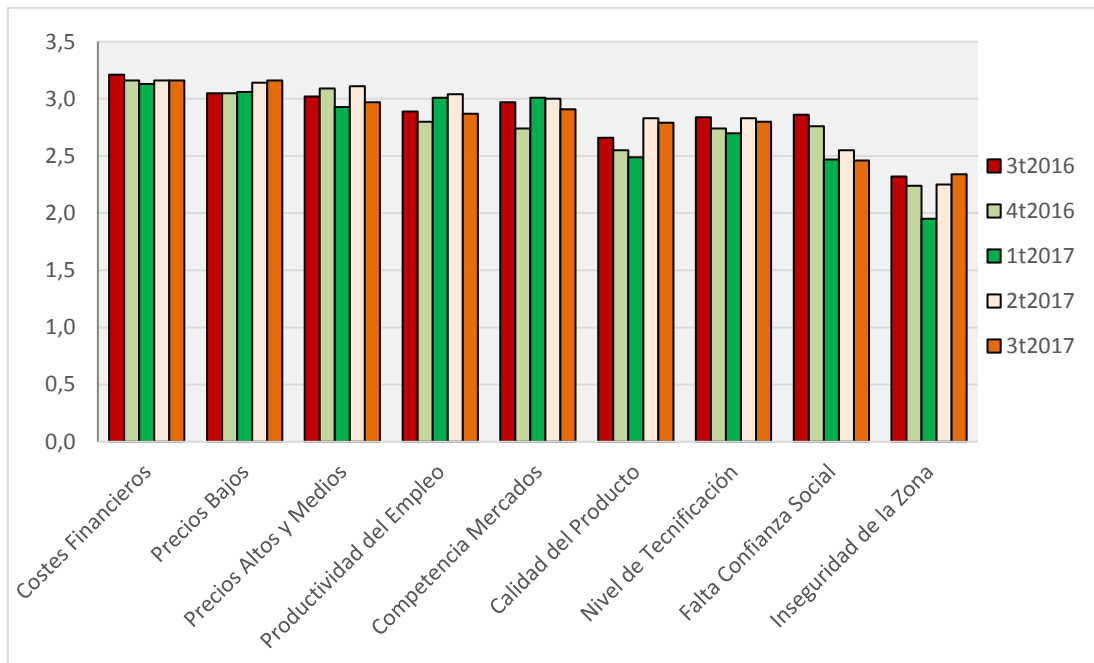


Variación de la influencia respecto al resultado del trimestre anterior

	<i>Variación (puntos)</i>
Mayor Presión Fiscal	-0,14
Costes de la Energía	-0,06
Costes Salariales	-0,21
Falta Promoción Pública	-0,23
Costes Materias Primas	-0,10
Situación Económica Adversa	0,10
Caída de la Demanda	0,11
Pérdida de competitividad	-0,08

Factores de influencia externos

En general, los factores externos tienen una valoración más baja que los internos. Los costes financieros y los precios vuelven a ser los que mayor influencia tienen en el trimestre, mientras que la inseguridad en la zona se mantiene como la de menor efecto. La variación de la valoración respecto a los problemas externos no ha sido muy acusada, aunque por encima de los demás destaca la pérdida de influencia de la productividad en el empleo y los precios altos y medios.



Variación de la influencia respecto al resultado del trimestre anterior

	<i>Variación (puntos)</i>
Costes Financieros	0,00
Precios Bajos	0,02
Precios Altos y Medios	-0,14
Productividad del Empleo	-0,17
Competencia Mercados	-0,09
Calidad del Producto	-0,04
Nivel de Tecnificación	-0,03
Falta Confianza Social	-0,09
Inseguridad de la zona	0,09

Conclusiones

- Los empresarios hosteleros expresan una valoración positiva en el tercer trimestre de 2017 respecto a la marcha de sus negocios, aunque baja la confianza respecto a la mostrada tanto en el trimestre anterior como en el mismo período de 2016, en este último de forma menos acusada.
- Respecto a la valoración del trimestre anterior es menos favorable debido a los indicadores del pasado cercano y las expectativas, ya que los indicadores tanto intertrimestral como de futuro se muestran menos positivos, debido principalmente al período álgido de la temporada alta de verano que supone el tercer trimestre.
- Con relación a la valoración del mismo trimestre del año anterior los resultados son también menos favorables, pero de forma menos acusada, con un resultado negativo en cada uno de los indicadores (pasado lejano, cercano y expectativas).
- La presión fiscal y los costes de la energía, siguen señalándose como los factores de naturaleza interna que más afectan a la marcha de los negocios. De los externos, que tienen una valoración más baja que los anteriores, continúan mostrándose los costes financieros y los precios como los de mayor influencia.