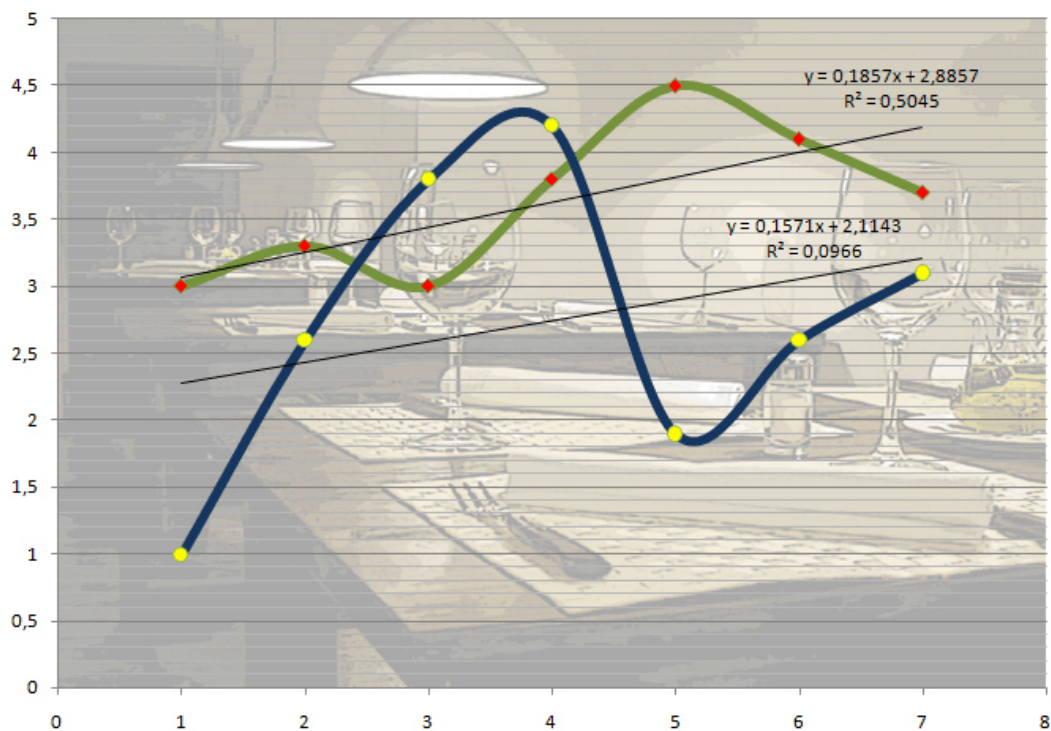


## INDICADOR DE CONFIANZA DEL SECTOR DE LA HOSTELERÍA ESPAÑOLA

1er. TRIMESTRE DE 2009





## **INDICADOR DE CONFIANZA DEL SECTOR DE LA HOSTELERÍA ESPAÑOLA: NEBRIJA UNIVERSIDAD-FEHR**

### **Justificación y objetivos**

El sector español de la hostelería tiene una elevada repercusión en la formación del PIB, cercana al 7 %, lo que pone de manifiesto su influencia, y su repercusión, en la creación de riqueza y en la generación y mantenimiento del empleo.

Dicho razonamiento, y la grave situación de crisis que sufre el sistema económico, han motivado que la Universidad Nebrija y FEHR (Federación Española de Hostelería) hayan coincidido en el deseo de crear un indicador de confianza, que trimestralmente, permita a las empresas del sector, proyectar su impresión o apreciación empresarial, sobre la evolución comparada con relación a los trimestres anteriores y posteriores.

### **Metodología**

El método de recopilación y cálculo del índice ha consistido en solicitar a 1000 empresas del sector, vía correo electrónico, responder a un cuestionario de cinco preguntas, cuyos resultados sirvan para visualizar el nivel de confianza de aquéllas, sobre la situación y evolución del estado de ventas.

El propósito de FEHR y la Universidad de Nebrija será presentar resultados sucesivos de la encuesta en la dimensión territorial de las comunidades autónomas, y con base a la estructura de sectores del grupo 55 y 56 de la CNAE. Se considera que, progresivamente, en función de la significación y representatividad del número de respuestas recibidas se podrá cumplir con dicho propósito.

La proyección de los resultados del primer trimestre del 2009, se limitará a proyectar la imagen de confianza a nivel de España, ya que sólo se han recibido 434 respuestas, lo que invalida presentar para todas las CCAA y sectores de la hostelería la información parcial.

### **Contenido de la Encuesta**

Las cinco preguntas que según los expertos pueden explicar el estado de confianza del sector ante la situación actual son las siguientes:

1. En comparación con el primer trimestre de 2008, ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?
2. En comparación con el último trimestre del 2008 ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?
3. ¿Cómo percibe las expectativas del próximo trimestre, con relación a las ventas de este trimestre, o a las ventas actuales?
4. Valore de 1 a 5 la influencia de los siguientes problemas en los resultados de su establecimiento (considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima). Factores internos
5. Valore de 1 a 5 la influencia de los siguientes problemas en los resultados de su establecimiento (considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima). Factores externos

La primera genera la base informativa para construir el índice de confianza respecto a la evolución, con referencia al mismo período del año anterior. Es decir, las respuestas positivas, menos las negativas ofrecerán la posición de confianza con relación a un año.

La segunda establece la base informativa para construir el índice de confianza respecto a la evolución, con referencia al pasado reciente; la comparación al trimestre anterior. Es decir, las respuestas positivas, menos las negativas ofrecerán la posición de confianza con relación a los tres meses precedentes.

La tercera ofrece la base informativa para construir el índice de confianza considerando el cambio, respecto al futuro próximo, o trimestre siguiente. Es decir, respuestas positivas, menos las negativas ofrecerán la posición de confianza con relación a un posible futuro.

### Índice de Confianza

Es un índice complejo y lineal, compuesto por tres índices simples también lineales:

$I_1$  = Índice de evolución de la confianza anual = [resultados positivos (mejor)-resultados negativos (peor)]

$I_{1.2009.1} = V_{1.2009.1}$

$I_2$  = Índice de evolución de la confianza trimestral = [resultados positivos (mejor)-resultados negativos (peor)]

$I_{2.2009.1} = V_{2.2009.1}$

$I_3$  = Índice de evolución de la confianza futura = [resultados positivos (mejor)-resultados negativos (peor)]

$I_{3.2009.1} = V_{3.2009.1}$

ICH = Índice de confianza de la hostelería española = Equilibrio – Valor de confianza (porcentajes)

### Resultados Primer Trimestre 2009

El primer trimestre del año 2009 se considerará período base a partir de las nuevas encuestas.

Los resultados de los diferentes índices (en porcentajes) son los siguientes

Índices	Valor positivo	Valor negativo	Valor de confianza
Índice anual ( $I_1$ )	8,9	73,5	- 64,6
Índice trimestral ( $I_2$ )	9,9	69,2	- 59,3
Índice futuro ( $I_3$ )	30,8	37,4	- 6,6
Valores resultantes	16,5	60,1	- 43,5

No obstante considerando un período anterior base, igual a 100, ya que al ser el primer trimestre no se posee un índice de comparación de confianza homogéneo - lo cual se podrá establecer a partir del segundo trimestre del año 2009-, se podrá decir **que el resultado, con relación a dicho momento hipotético básico responde al siguiente índice de seguridad que señala que en el período se ha perdido el 43,5 de confianza:**

$$ICH = [(100 - 64,6) + (100 - 59,3) + (100 - 6,6)]/3 = 56,5$$

### Resultados de la Encuesta sobre la confianza del sector de la hostelería

1. Tipo de establecimiento:

Hotel		33,8%
Restaurante		39,1%
Bar		12,6%
Cafetería		9,3%
Cadena de restauración moderna		4,6%
<b>TOTAL</b>		<b>99,3%</b>

2. En comparación con el primer trimestre de 2008, ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?:

Mejor		8,9%
Peor		73,5%
Igual		13,2%
<b>TOTAL</b>		<b>95,7%</b>

3. En comparación con el último trimestre de 2008 ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?:

Mejor		9,9%
Peor		69,2%
Igual		17,9%
<b>TOTAL</b>		<b>97,0%</b>

4. ¿Cómo percibe las expectativas del próximo trimestre, con relación a las ventas de este trimestre, o a las ventas actuales?

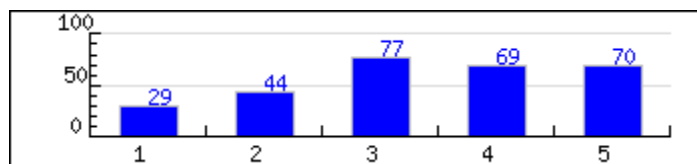
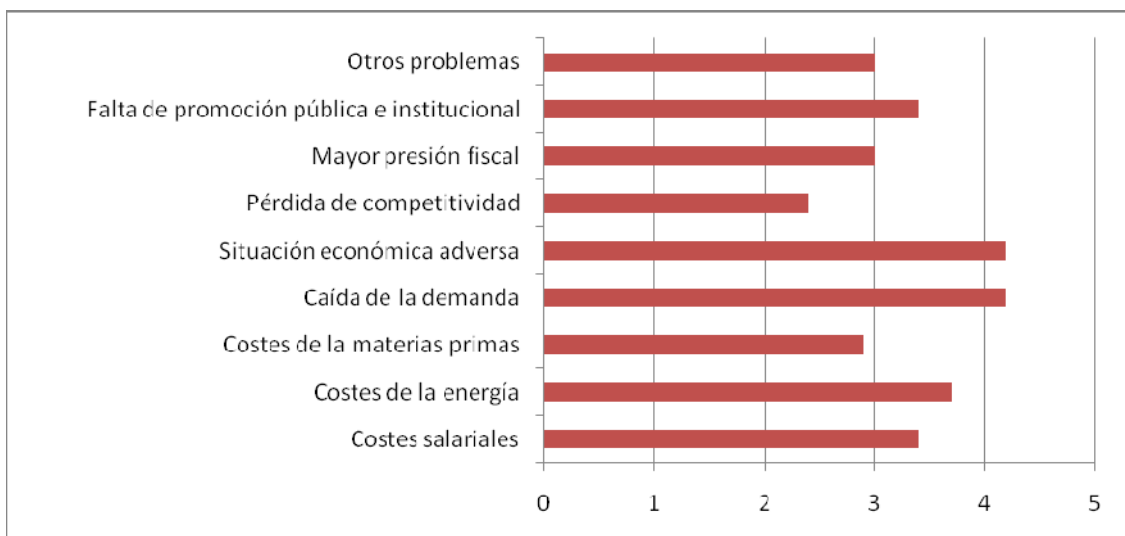


### Resultados del análisis de los factores de influencia

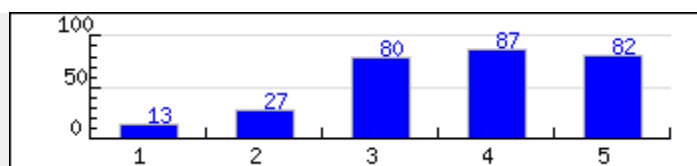
La encuesta se acompaña de dos preguntas, tal como se ha señalado anteriormente, para analizar en qué medida influyen dos tipos de factores en el desarrollo de la explotación de los establecimientos.

Los resultados de la investigación han sido los siguientes

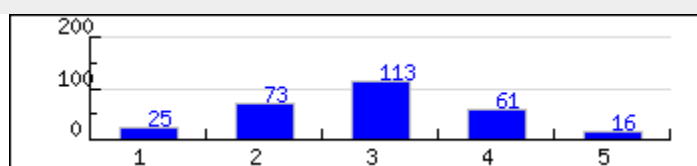
Valoración de la influencia de factores y problemas internos en los resultados del establecimiento (considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima)



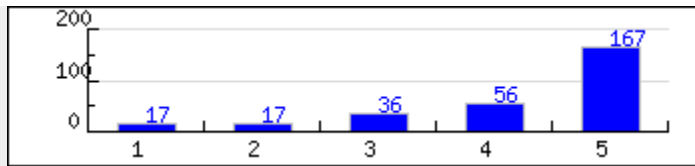
Costes salariales



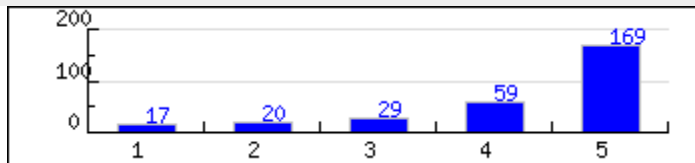
Coste de la energía



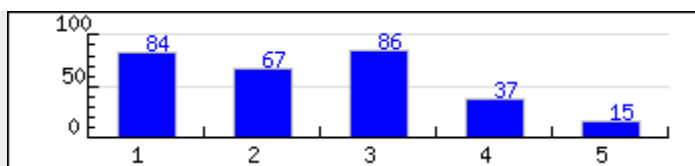
Costes de las materias primas



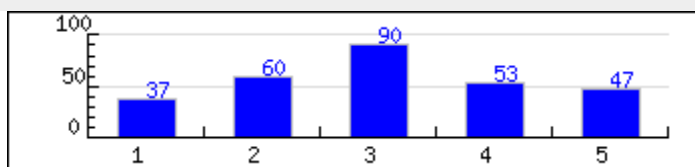
Caída de la demanda



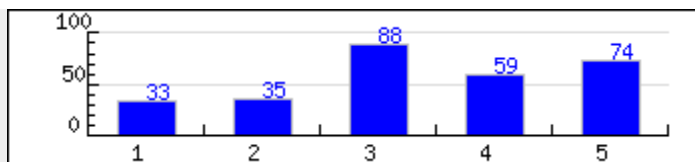
Situación económica adversa



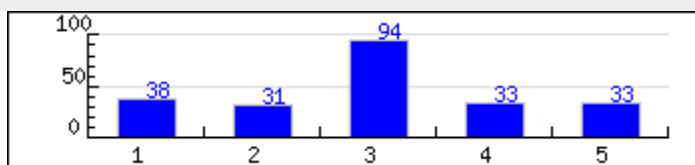
Pérdida de competitividad



Mayor presión fiscal



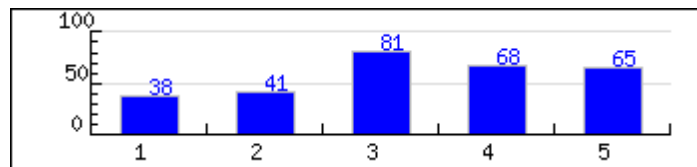
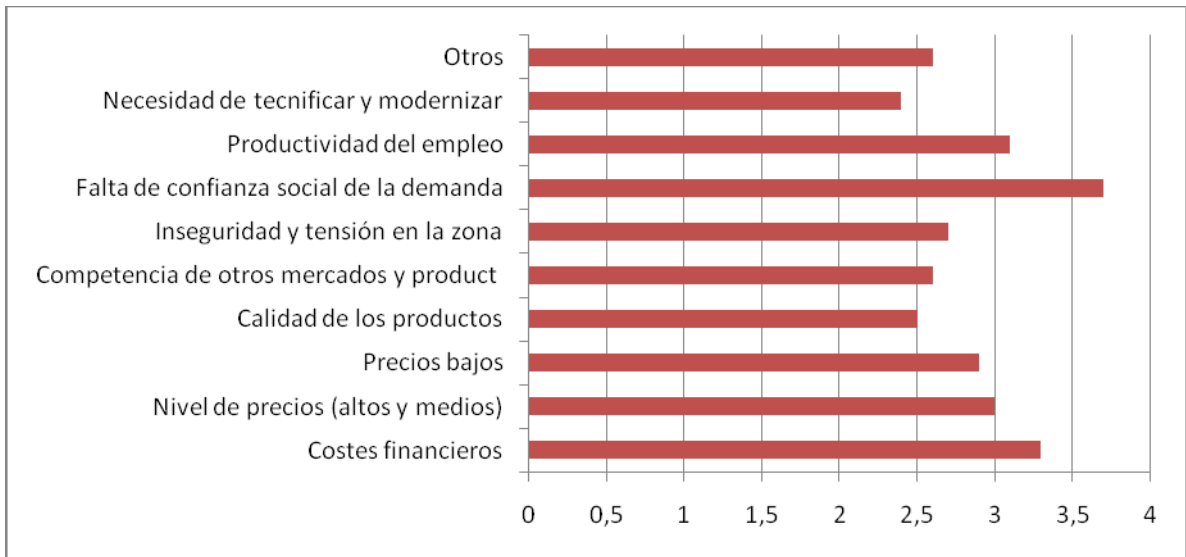
Falta de promoción pública e institucional



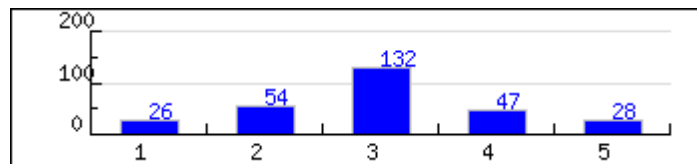
Otros problemas

De las ocho cuestiones planteadas, como posibles problemas en el momento actual para el correcto desarrollo de las empresas, se percibe de manera evidente, que es la caída de la demanda y la situación adversa de la economía, los que se manifiestan, al ser calificados mayoritariamente con el coeficiente 5, **como factores de influencia más negativa**. Después son los factores coste de la energía y coste salarial los que son más destacados como adversos. Por el contrario, la pérdida de competitividad y el coste de las materias primas son los coeficientes que se **proyectan con menor preocupación**.

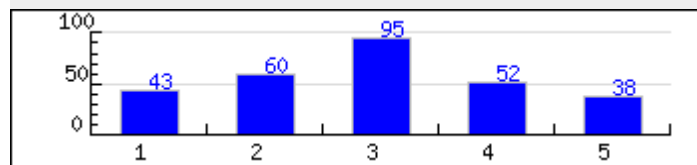
Valoración de la influencia de problemas de naturaleza externa en los resultados de los establecimientos hosteleros. (Considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima)



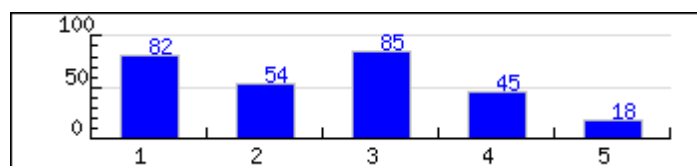
Situación financiera



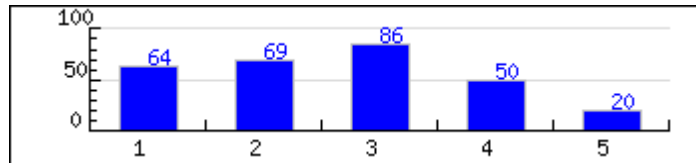
Nivel de precios (altos y medios)



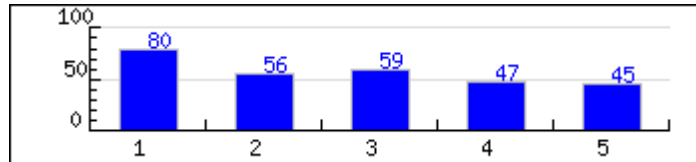
Precios bajos



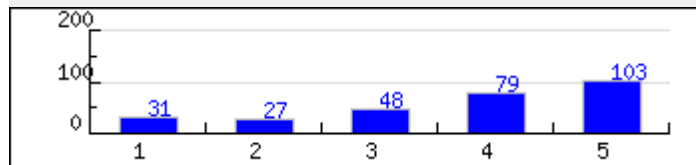
Calidad de productos



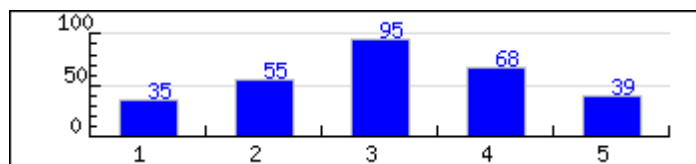
Competencia de otros mercados y productos



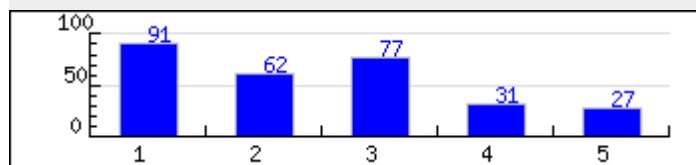
Inseguridad y tensión en la zona



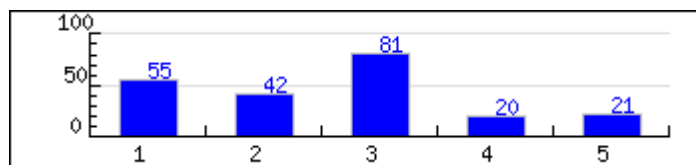
Falta de confianza social de la demanda



Productividad del empleo



Necesidad de modernizar y tecnificar



Otros problemas

De las nueve cuestiones planteadas, como posibles problemas en el momento actual para el correcto desarrollo de las empresas, se percibe de manera evidente, que son la situación financiera y la falta de confianza social de la demanda, las que se manifiestan, al ser calificadas mayoritariamente con los coeficiente 4 y 5, **como factores de influencia más negativa**. Después son los factores productividad del empleo y los niveles de precios altos y medios los que son más destacados como adversos. Por el contrario, la necesidad de modernizar y tecnificar y la calidad de los productos (con coeficientes medios por debajo del 2,5), son los coeficientes que se **proyectan con menor preocupación**.

## **Conclusiones**

Los resultados del primer lanzamiento de la encuesta para medir el nivel de confianza del sector de la hostelería española, aún siendo una primera prueba de la validez del sistema y de la representatividad de los valores explicativos de la situación del sector, ofrece un conjunto de conclusiones de gran valor y suficiente significación técnica y estadística.

1. El número de respuestas recibidas valida los resultados a nivel del conjunto de la nación, y no permite proyectar la información en la dimensión territorial y administrativa por comunidades autónomas y por subsectores de la hostelería
2. El índice obtenido por su valor inferior a cien proyecta una actitud de desconfianza global
3. La intensidad del grado de desconfianza es muy alto ya que el valor del índice queda muy por debajo de cien, determinando un pesimismo algo inferior al 50 % de la escala
4. Se observa una tendencia de los índices a suavizar la desconfianza, ya que el análisis respecto al mismo período del año anterior, es más pesimista que el referido al último trimestre del año 2008, o trimestre anterior.
5. Asimismo, la proyección que hacen los empresarios sobre el futuro, aún siendo el índice adverso, pues las opiniones desfavorables superan a las favorables, el coeficiente de desconfianza se reduce bastante con relación a los índices anteriores. Aunque, todavía por causa de que se comentan los resultados del primer período, no se tienen argumentos para establecer una hipótesis certera, si ese cambio de actitud tan negativa se debe, a que se aprecian signos de recuperación, o a que la caída tan profunda de los trimestres anteriores, no pueden permitir descender mucho más, ya que se está llegando a un nivel de tolerancia, antes de una depresión muy grave.
6. Los factores que se han incluido en el grupo de problemas que influyen desde una posición interna, manifiestan una mayor influencia negativa, que los incluidos en el grupo de factores más externos.
7. De los problemas de naturaleza interna es la caída de la demanda el factor más preocupante para el sector de la hostelería
8. De la misma manera, se considera, que es la adversa situación económica, la que motiva la desconfianza que se proyecta en el índice global
9. Con relación a los factores, denominados exógenos son la desconfianza social que manifiesta la demanda y la situación financiera los que más inducen al pesimismo.
10. Finalmente, se comprueba, que los factores que menos influyen, según los empresarios son: la necesidad de tecnificar y modernizar los procesos, la calidad actual de los productos, la pérdida de competitividad y el coste materias primas.