



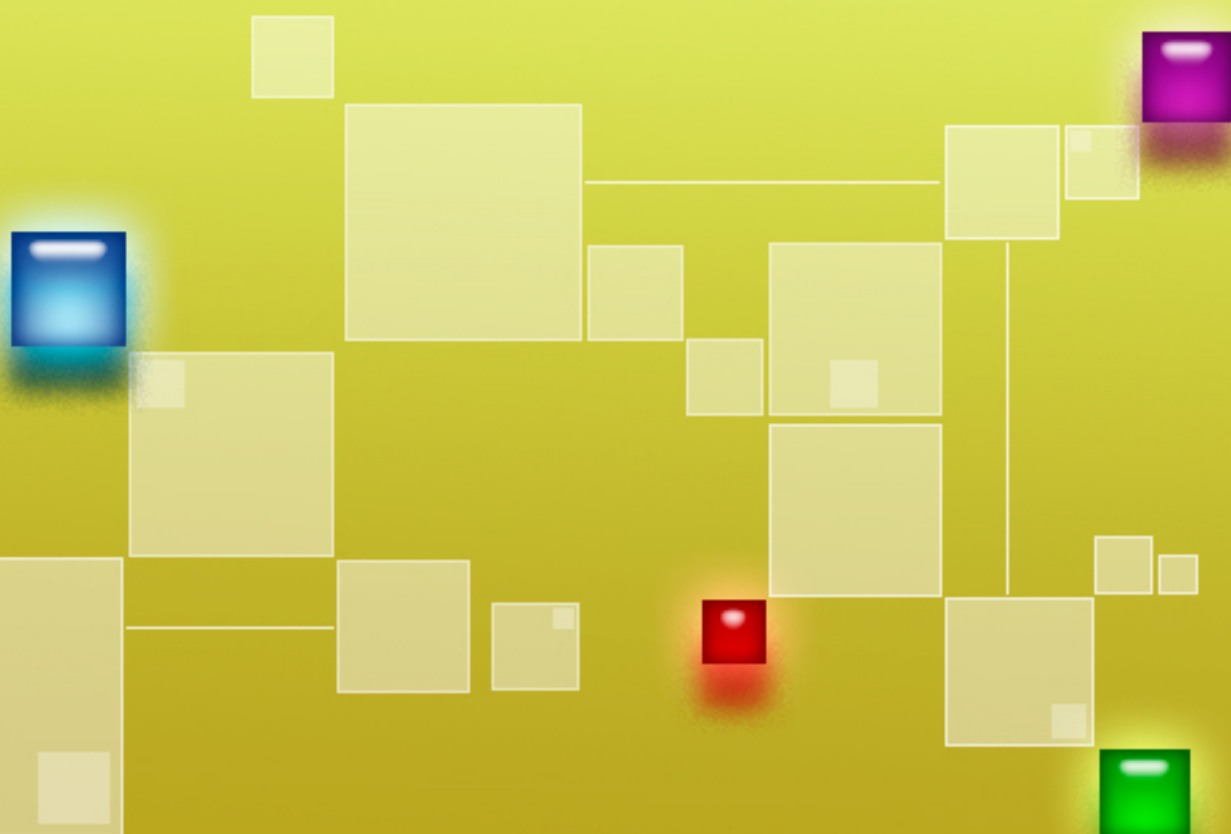
Nebrija
Universidad



FEHR
Federación Española de
HOSTELERÍA

Indicador de Confianza del Sector de la Hostelería Española

1er. Trimestre de 2011



Resultados primer trimestre 2011

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

Justificación y objetivos

Al sector español de la hostelería le corresponde una elevada repercusión en la formación del PIB, algo superior 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 la FEHR (Federación Española de Hostelería) hayan coincidido en el deseo de crear y difundir un indicador de confianza.

Indicador que, cada trimestre, permite a las empresas del sector, proyectar su impresión o apreciación empresarial, sobre la evolución del sector de la hostelería. Comparación que se realiza entre los trimestres anteriores y posteriores, al período analizado.

Metodología

El método de recopilación de la información y de cálculo del índice consiste en solicitar a 1.000 empresas del sector, vía correo electrónico, la respuesta a un cuestionario de cinco preguntas, cuyos resultados servirán para visualizar el nivel de confianza de aquéllas, sobre la situación y evolución del estado de ventas.

El propósito de FEHR y de la Nebrija es presentar –cuando se disponga de masa estadística suficiente- resultados sucesivos de la encuesta, en la dimensión territorial, con base a las comunidades autónomas. También, con el aumento de la muestra recogida, se realizará con base a la estructura de sectores del grupo 55 y 56 de la CNAE 2009. 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 de los trimestres del 2010 y 2011, se limita a calcular el índice de confianza a nivel de España. Más adelante, cuando se alcance un número más alto de respuestas, que haga más representativa la encuesta, -tal como se dijo anteriormente-, el estudio descenderá al ámbito de las CC.AA y de los sectores de la hostelería española.

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 mismo trimestre del 2010, ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?
2. En comparación con el trimestre anterior del 2011 ¿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 de naturaleza interna 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 de naturaleza externa 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. Es decir, la comparación con el trimestre anterior. 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)]

$$I_{1.2010.1} = V_{1.2011.1}$$

I_2 = Índice de evolución de la confianza trimestral = [resultados positivos (mejor)-resultados negativos (peor)] $I_{2.2010.4} = V_{2.2011.1}$

I_3 = Índice de evolución de la confianza futura = [resultados positivos (mejor)-resultados negativos (peor)] $I_{3.2011.1} = V_{3.2011.2}$

ICH = Índice de confianza de la hostelería española = Media lineal de los tres parciales

Resultados primer trimestre 2011.

El primer trimestre del año 2010, se considerará período de comparación, para el Índice anual; lo mismo el cuarto trimestre del año 2010, para el Índice trimestral del pasado reciente; e igual, el segundo trimestre 2011, para el índice de futuro

Los resultados de los diferentes índices desarrollados en el primer trimestre del 2011, son los siguientes

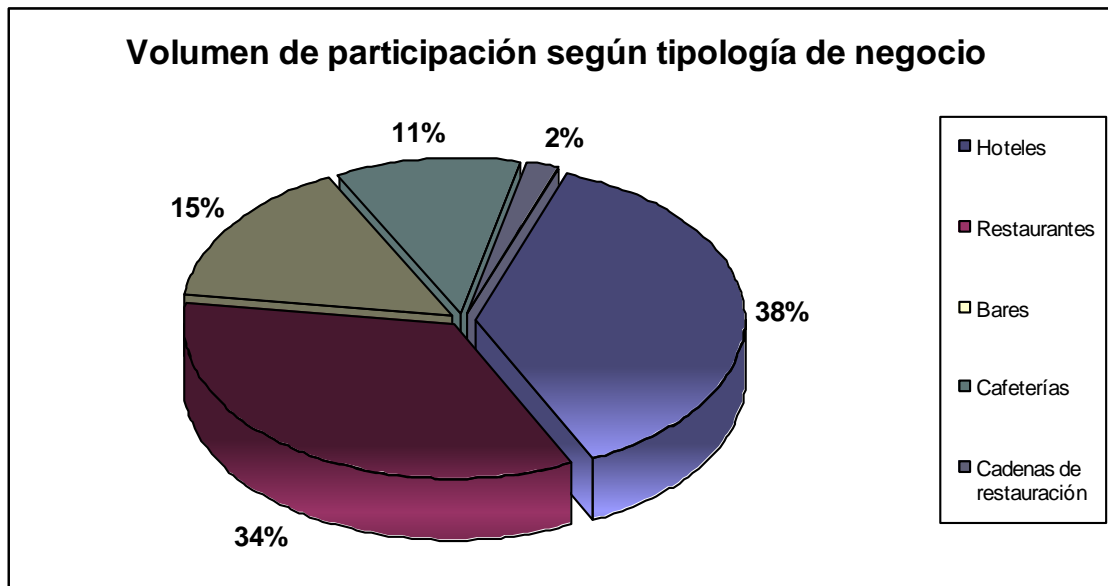
Índices	Valor positivo	Valor negativo	Valor de confianza
Índice anual (I ₁)	15,5	65,2	-49,7
Índice trimestral (I ₂)	17,5	67,2	-49,7
Índice futuro (I ₃)	36,7	37,1	-0,4
Índice confianza (ICH)	23,2	56,5	-33,3

Por tanto, considerando, tal como se ha dicho anteriormente los períodos de referencia igual a 100, se podrá decir, **que el resultado, con relación a dicho momento hipotético básico responde al siguiente índice de confianza, que señala que en el período se ha perdido el 33,3 de confianza:**

$$\text{Índice de Confianza} = \text{ICH} = [(100 - 49,7) + (100 - 49,7) + (100 - 0,4)]/3 = 66,7$$

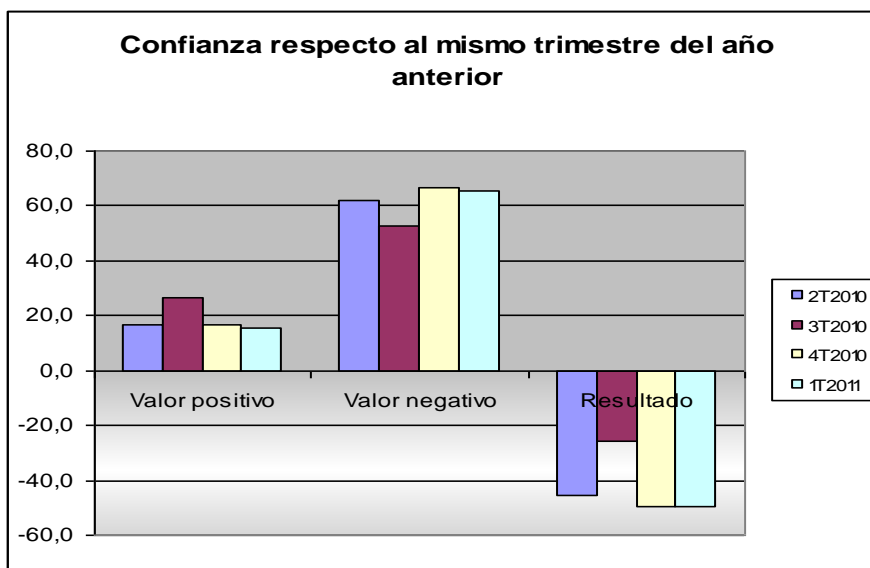
Resultados de la encuesta sobre la confianza del sector de la hostelería

1. Tipos de establecimientos. Estructura de la encuesta en porcentajes



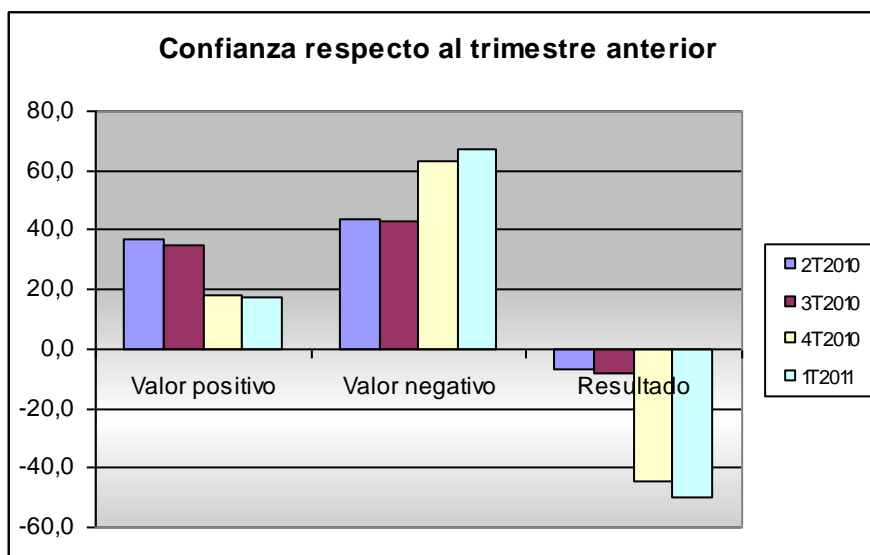
La participación en la encuesta los hoteles representan la porción más amplia de la muestra seguidos de cerca por los restaurantes y a cierta distancia bares y cafeterías. A diferencia del trimestre anterior se observa una mayor participación tanto de los hoteles como de los bares.

2. En comparación con el mismo trimestre del año anterior, ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?



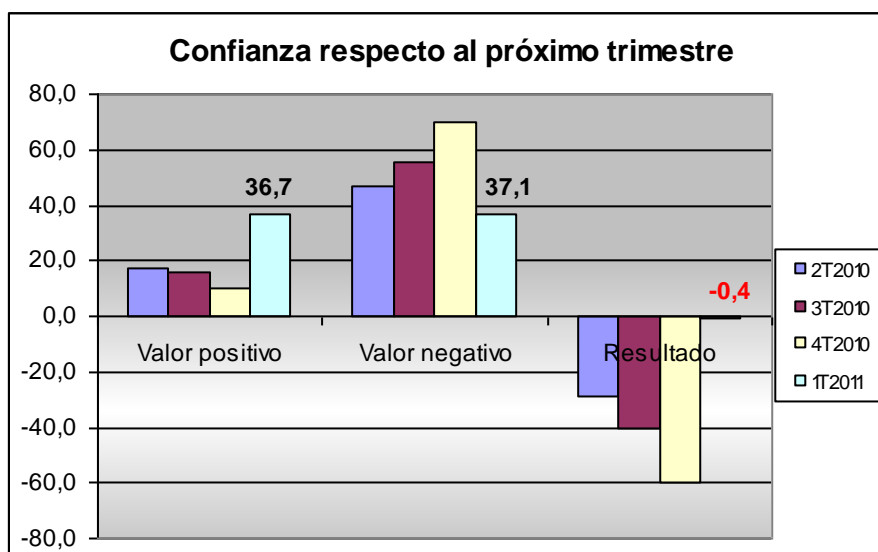
Se observa el mismo resultado que en el trimestre anterior, es decir, la percepción del pasado continua siendo igual de negativa. Por el contrario, si comparamos estos resultados en comparación con el tercer trimestre se aprecia que las respuestas negativas han aumentado notablemente en comparación con las positivas y el resultado, por lo tanto, es significativamente muy inferior.

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



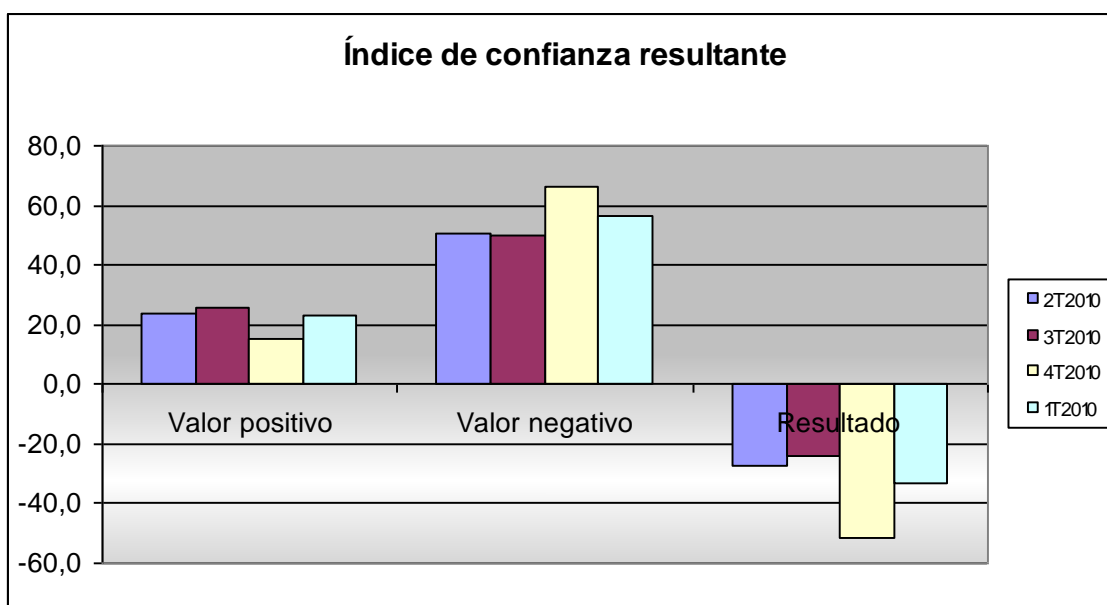
En este apartado las respuestas negativas han aumentado ligeramente, en comparación con el cuarto trimestre de 2010, se aprecia, por tanto, una tendencia continuista negativa respecto a la percepción del pasado.

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



Las expectativas futuras cambian radicalmente respecto a los trimestres anteriores, las respuestas positivas se nivelan con las negativas, el sector se ha inundado de un ambiente positivo respecto al futuro posiblemente incitado por las diversas noticias que auguran una buena temporada turística, la mejor desde hace años, aparecidas en los medios.

5. Valor del índice Global de Confianza



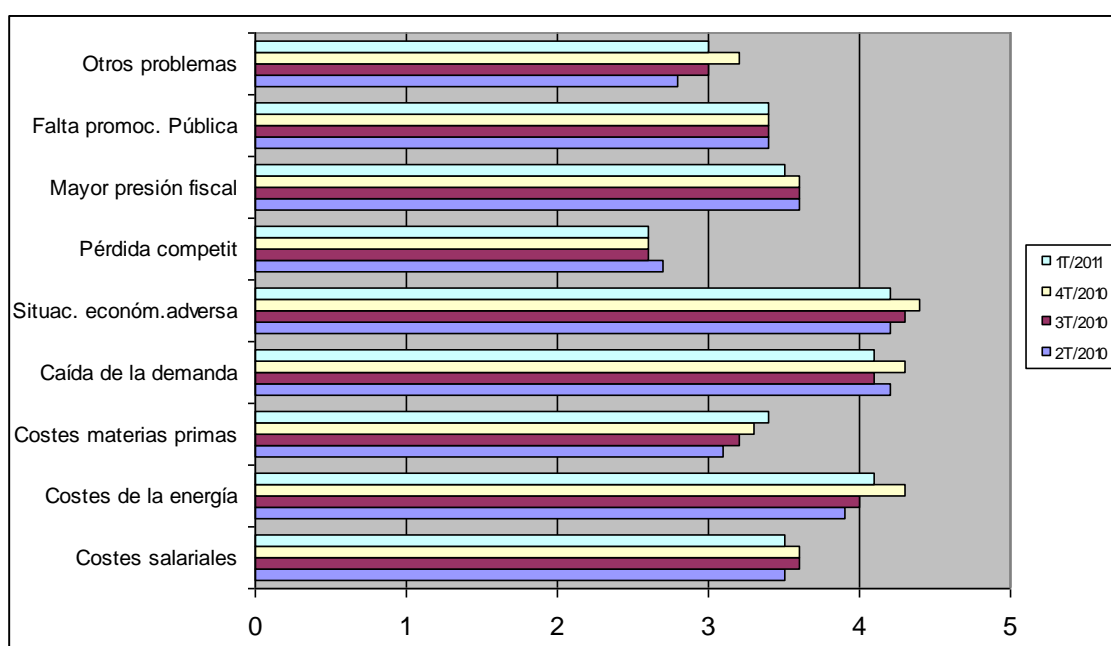
En resumen, puede hablarse de que el coeficiente, o índice general de confianza, en el primer trimestre del año 2011 ha mejorado notablemente en comparación con el

trimestre anterior, gracias, fundamentalmente, a la mejora de las expectativas futuras del sector ya que la percepción del pasado próximo y lejano continúa siendo negativa.

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. El procesamiento de la información ha proporcionado los siguientes resultados:

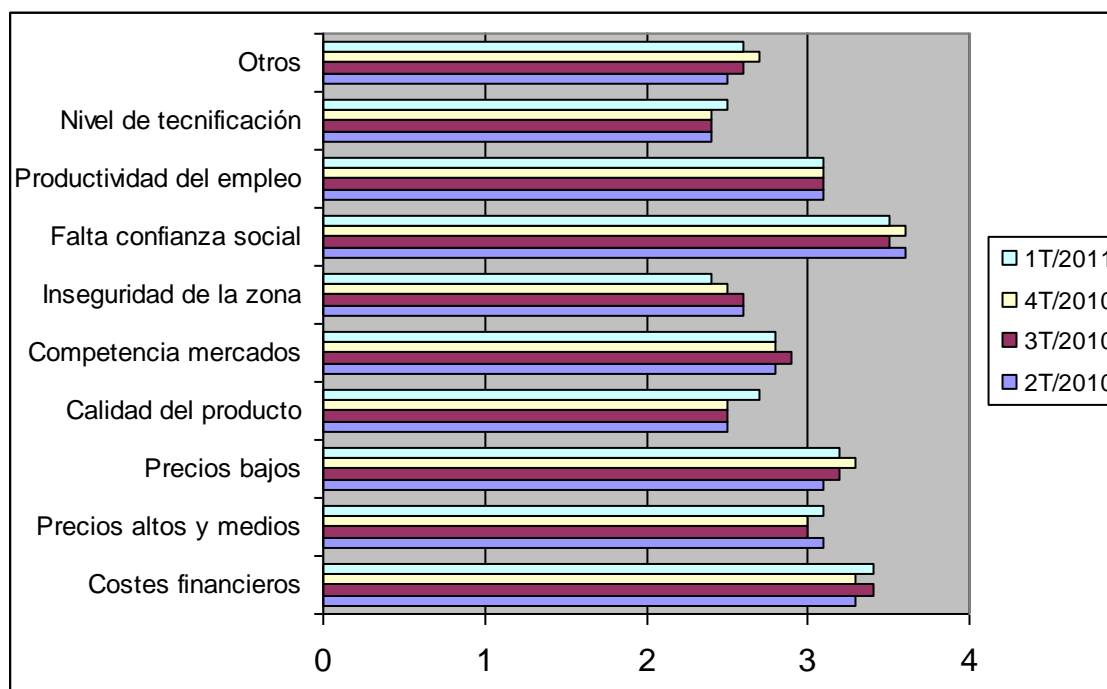
Valoración de la influencia de factores y problemas internos en los resultados del establecimiento (considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima)



De las nueve cuestiones planteadas, en el momento actual, se perciben como posibles problemas más graves para el correcto desarrollo de las empresas, fundamentalmente, la situación adversa de la economía, seguida de cerca por los costes de la energía y la caída de la demanda ; al igual que en trimestre anterior.

Inmediatamente, después de estas cuestiones, los costes salariales y la presión fiscal siguen preocupando bastante pero en menor medida que los anteriores. Por otro lado, la pérdida de competitividad continúa siendo el coeficiente que menos preocupa.

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



De las diez cuestiones planteadas, como posibles problemas que más preocupan, para el desarrollo de las empresas, se perciben como las más relevantes, al igual que en el trimestre anterior: la falta de confianza social de la demanda, los costes financieros y los precios bajos, al ser calificadas con una puntuación cercana al 4. El factor relativo a los costes financieros ha tomado importancia respecto los periodos anteriores destacándose, de este modo, la incidencia negativa de la presión fiscal en los resultados de las empresas.

Seguidamente se sitúan, con un coeficiente ligeramente superior al 3, la necesidad de la productividad del empleo y los precios altos. Sin embargo, la calidad de los productos y la necesidad de modernizar y tecnificar el sector o la inseguridad son los coeficientes que menos preocupan.

Conclusiones

Los resultados de la novena encuesta para medir el nivel de confianza del sector hostelero español, proporcionan una serie de conclusiones de gran valor y significación técnica.

1. El índice obtenido muestra una disminución generalizada de la desconfianza en los diferentes sectores de actividad analizados situándose, el índice general de confianza, en niveles parecidos a los del tercer trimestre de 2010, llegando al -33,3.
2. La intensidad del grado de desconfianza es más baja que la registrada en el trimestre anterior, disminuyendo en casi un tercio, debido fundamentalmente a una mejora de las

perspectivas futuras alentada por las noticias esperanzadoras emitidas por los diversos medios.

3. La tendencia general de los índices advierte un descenso significativo de la desconfianza, centrada de manera esencial en la percepción favorable que el sector tiene del futuro más inmediato (próximo trimestre).
4. La desconfianza mostrada, respecto al mismo trimestre del año anterior no ha cambiado; es más, se repite exactamente el mismo índice de desconfianza -49,7, aumentando ligeramente las respuestas que opinan que la situación continúa igual.
5. El resultado más negativo de esta encuesta es sin duda la opinión expresada en relación a la evolución de este primer trimestre respecto con el trimestre precedente. Entre otros factores, hay que tener en cuenta que la mayoría de los resultados de esta encuesta fueron recabados antes de Semana Santa por lo que las respuestas no tienen en cuenta las consecuencias de dicho periodo vacacional. Además, es posible que factores coyunturales como el aumento de los costes energéticos o la aplicación de la ley del tabaco en los primeros meses del año hayan tenido cierto influencia en este resultado.
6. Al igual que en el periodo anterior, los problemas de naturaleza interna, tienen mayor peso que los factores externos, observándose un ligero descenso de los primeros respecto al trimestre precedente. De este modo se considera que posiblemente se tenga más seguridad en las soluciones externas al sector, que en las propias.
7. En lo que respecta a los problemas de naturaleza interna, los profesionales del sector consideran que el problema fundamental es la situación adversa de la economía, seguida de cerca por los costes de la energía y la caída de la demanda.
8. De este modo, se estima, que la adversa situación económica es el principal factor que motiva la desconfianza más allá de los posibles aspectos coyunturales.
9. En lo que se refiere a los factores exógenos son las dificultades financieras y la falta de confianza social unido a la caída de los precios las circunstancias que, al igual que ha ocurrido en los demás trimestres, se han considerado más determinantes. En este punto cabe destacar que la importancia que han cobrado los costes financieros tal vez por las medidas fiscales tomadas, por el gobierno, a principios de año.
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 coste de las materias primas.