



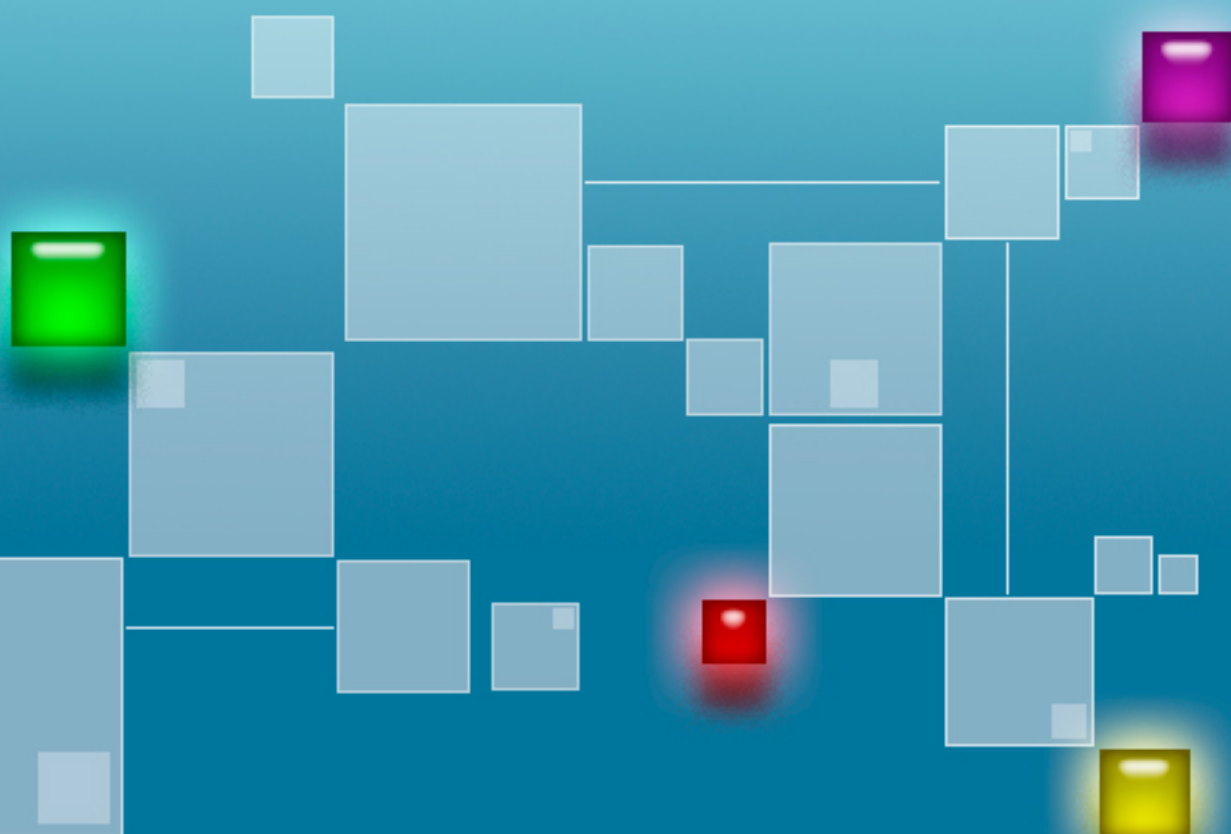
Nebrija
Universidad



FEHR
Federación Española de
HOSTELERÍA

Indicador de Confianza del Sector de la Hostelería Española

2º. Trimestre de 2011



Resultados segundo trimestre de 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 1000 empresas del sector, vía correo electrónico, la respuesta a un cuestionario de cinco preguntas, cuyos resultados servirán para visualizar el nivel de confianza de aquellas, sobre la situación y evolución del estado de ventas.

El propósito de la 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 CCAA 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 segundo trimestre de 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)]

$$I_{1.2010.2} = V_{1.2011.2}$$

I_2 = Índice de evolución de la confianza trimestral = [resultados positivos (mejor)-resultados negativos (peor)] $I_{2.2011.1} = V_{2.2011.2}$

I_3 = Índice de evolución de la confianza futura = [resultados positivos (mejor)-resultados negativos (peor)] $I_{3.2011.2} = V_{3.2011.3}$

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

Resultados segundo trimestre 2011.

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

Los resultados de los siguientes índices desarrollados en el segundo trimestre del 2011 son los siguientes:

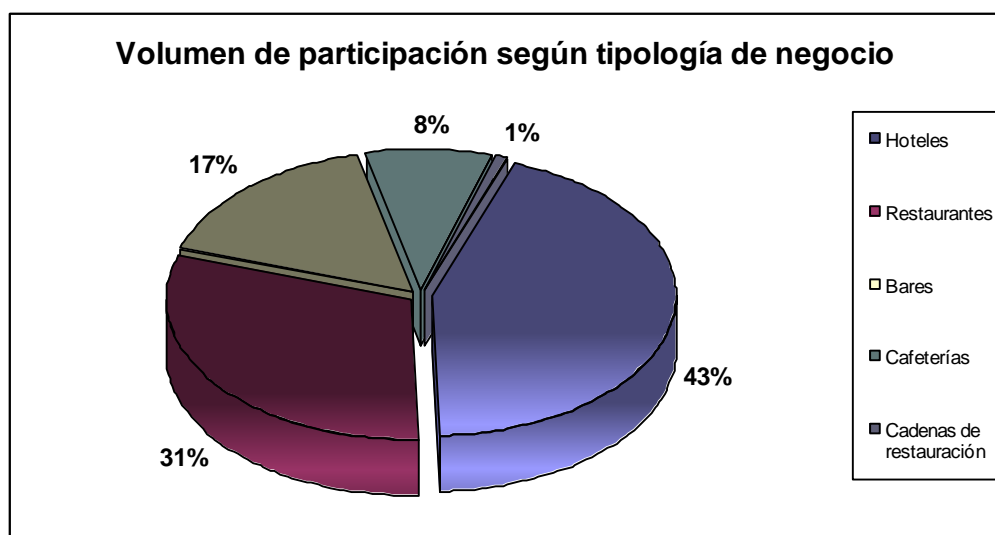
Índices	Valor positivo	Valor negativo	Valor de confianza
Índice anual (I ₁)	23,1	58,7	-35,6
Índice trimestral (I ₂)	40,5	48,8	-8,3
Índice futuro (I ₃)	21,5	54,1	-32,6
Índice confianza (ICH)	28,4	53,9	-25,5

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 25,5 de confianza:**

$$\text{Índice de Confianza} = \text{ICH} = [(100 - 35,6) + (100 - 8,3) + (100 - 32,6)]/3 = 74,5$$

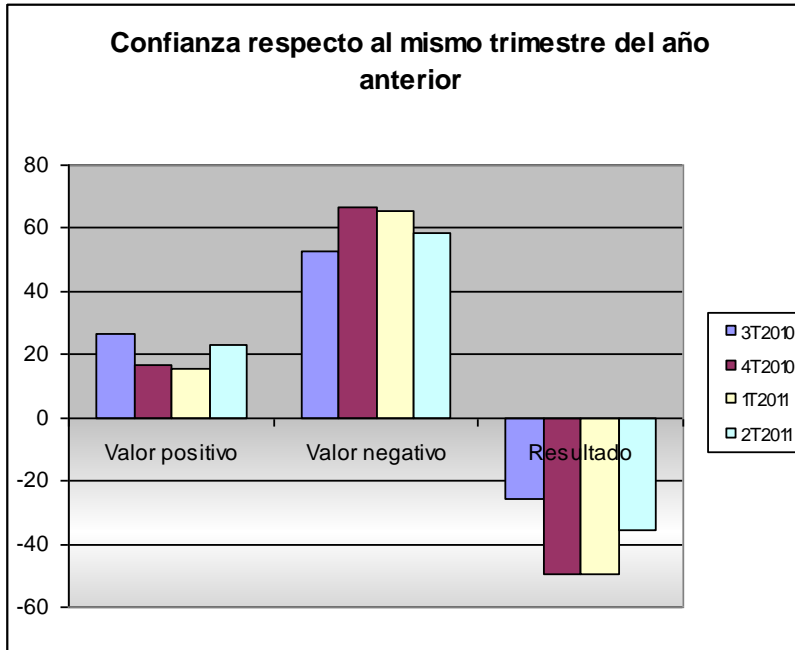
Resultados de la encuesta sobre la confianza del sector de la hostelería

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



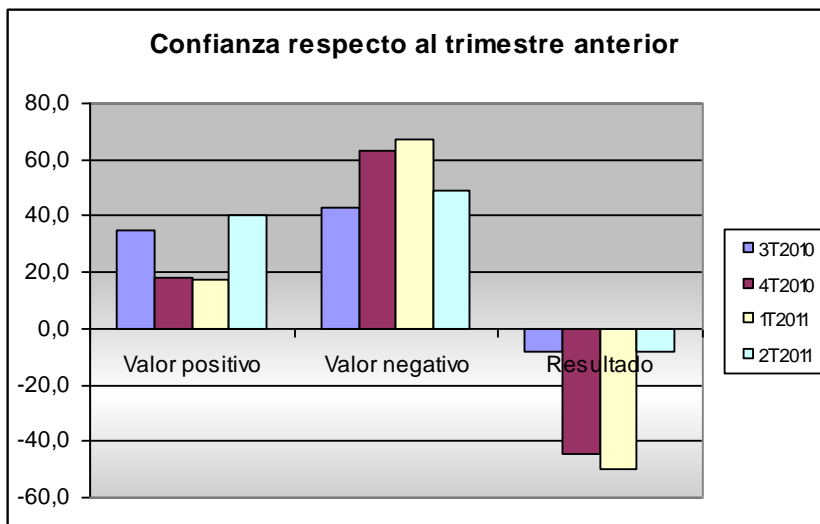
En la presente encuesta se ha detectado una mayor participación del sector hotelero, con respecto al trimestre precedente, de tal manera que la cuota de participación de restaurantes y cafeterías ha descendido ligeramente, mientras que la de los bares ha aumentado.

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 que, en comparación con el mismo trimestre del año anterior, los encuestados se muestran ligeramente más optimistas aunque el resultado continúa siendo bastante negativo, alcanzando una puntuación de -35,6.

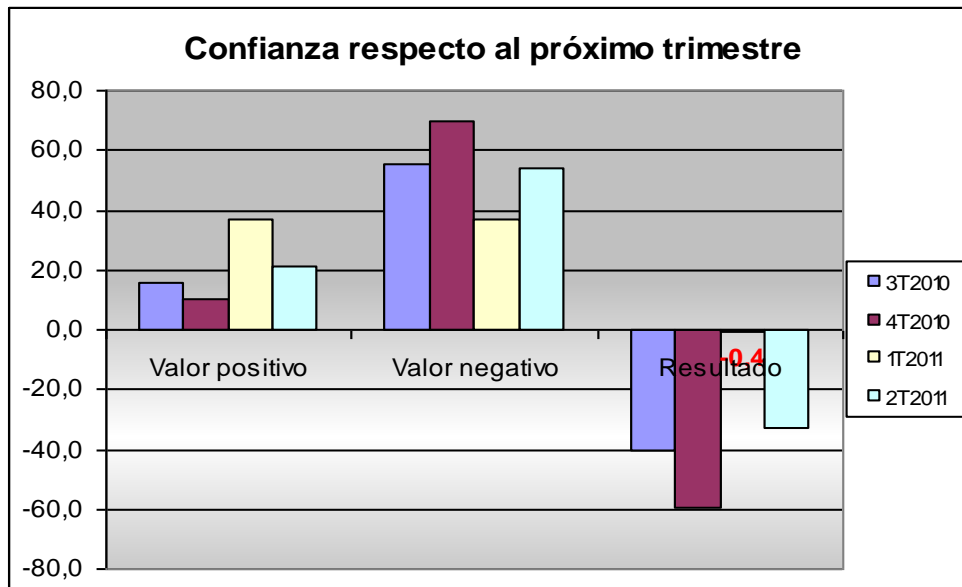
3. En comparación con el trimestre anterior ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?



En este apartado las respuestas positivas han aumentado significativamente mientras que las negativas han disminuido, de tal manera que el resultado es mucho más

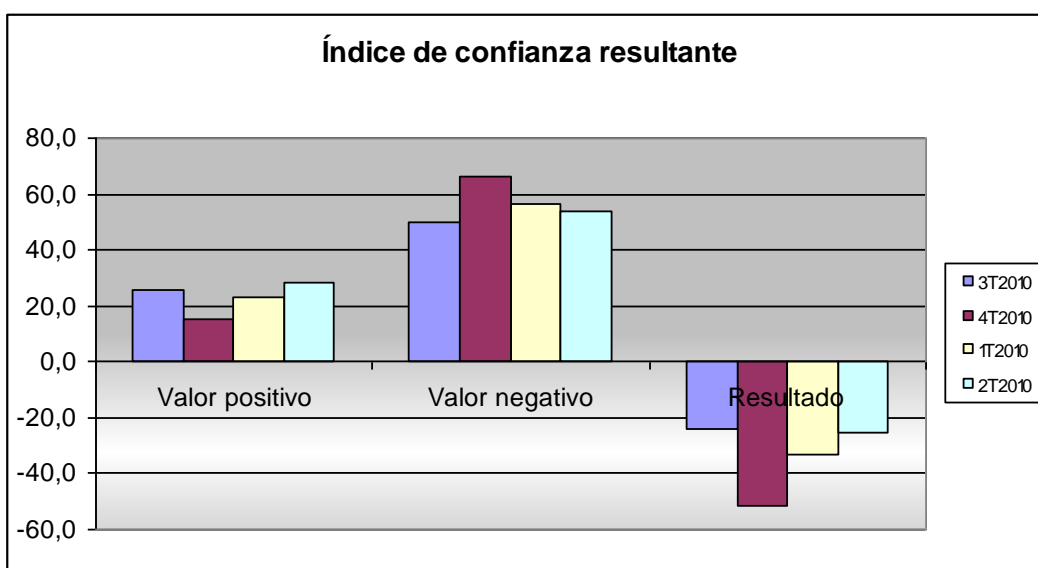
positivo que en los dos trimestres precedentes llegando a alcanzar niveles parecidos a los del tercer trimestre del año anterior.

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



Las expectativas futuras son considerablemente peores que en el trimestre anterior, este resultado negativo choca con las noticias relativas al incremento del número de turistas previsto para la temporada estival. Dicho resultado, puede ser debido a que parte del sector se sienta inseguro debido a la complicada coyuntura económica y a la gran incertidumbre en la que nos encontramos.

5. Valor del índice Global de Confianza

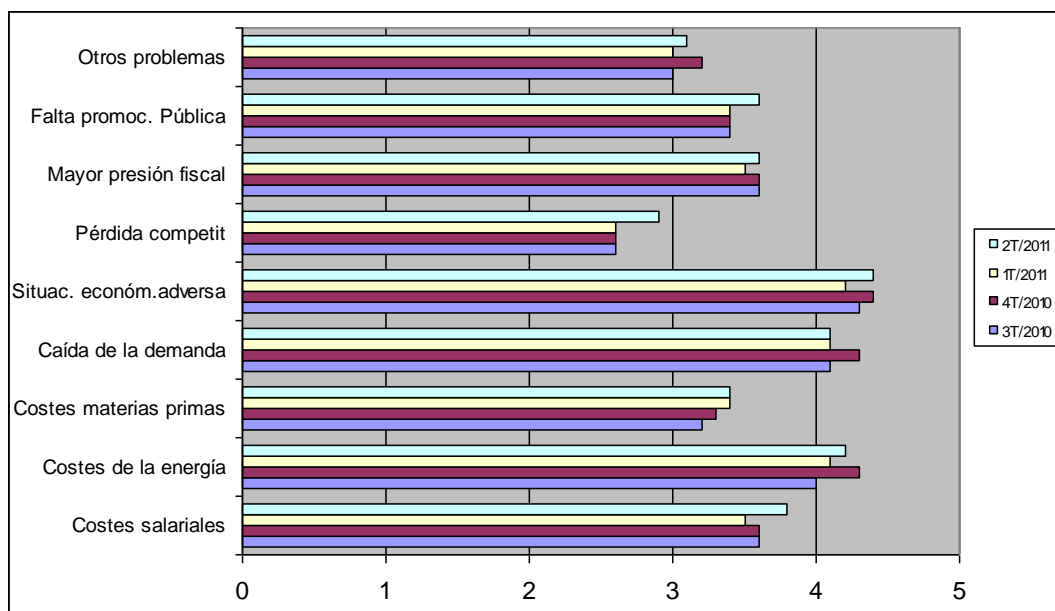


En resumen, puede hablarse de que el coeficiente, o índice general de confianza, en el segundo trimestre del año de 2011 ha mejorado ligeramente en comparación con el primer trimestre del año, gracias, fundamentalmente, a la mejora de la confianza respecto al mismo trimestre del año anterior y al trimestre inmediatamente precedente.

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:

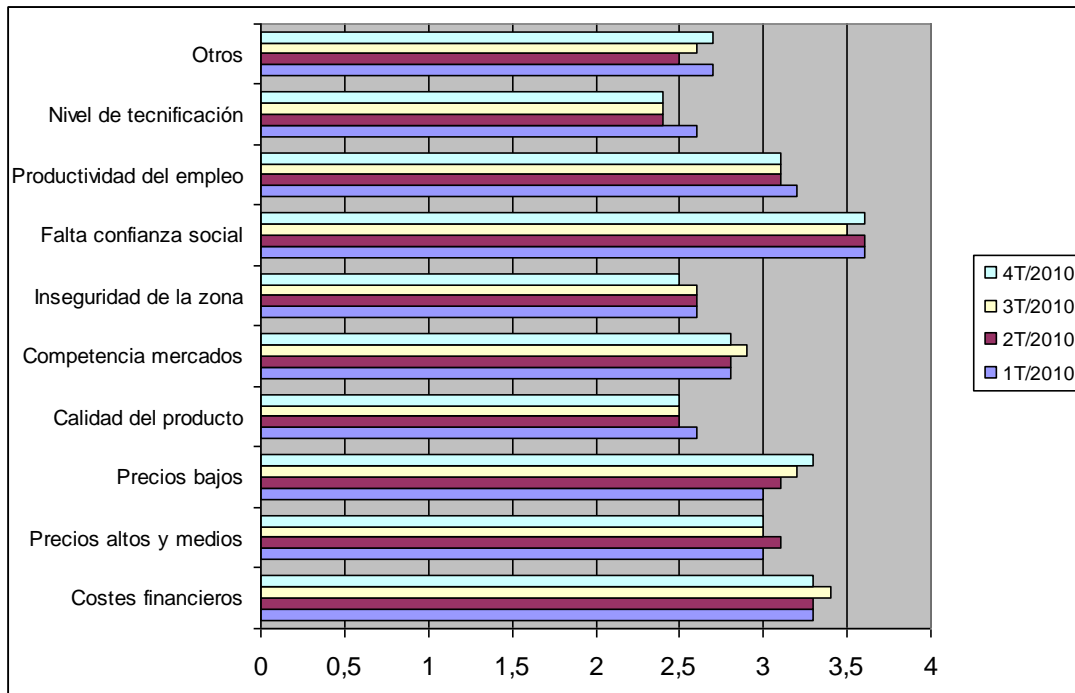
Valoración de la influencia de factores y problemas internos en los resultados del establecimiento (considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima)



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. Junto a estos factores se ha unido, con una puntuación similar en este último trimestre, la preocupación del sector por los precios altos. El factor relativo a los costes financieros ha incrementado su 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. 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 décima 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 -25,5.
2. La intensidad del grado de desconfianza es más baja que la registrada en el trimestre anterior, disminuyendo en casi 10 puntos, debido fundamentalmente una mejora del pasado más inmediato.

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 pasado, al contrario que ocurría en el trimestre anterior, durante el cual el sector se mostró muy esperanzado por el futuro. Como ya hemos comentado esto puede ser debido a la gran incertidumbre existente acerca del porvenir del sector.
4. La desconfianza mostrada respecto al mismo trimestre del año anterior ha mejorado notablemente respecto a los resultados obtenidos en la encuesta realizada en el trimestre precedente.
5. El cambio más significativo se produce en las opiniones vertidas respecto al segundo trimestre de este mismo año, en este caso se observa un crecimiento significativo de las respuestas positivas, llegando a alcanzar el mismo volumen que las negativas. De este modo, se aprecia como se ha pasado de un índice de desconfianza del -49,7, en el primer trimestre del 2011, a un -8,3.
6. Al igual que en el periodo anterior, los problemas de naturaleza interna, tienen mayor peso que los factores externos, observándose un ligero aumento 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 a los problemas de naturaleza interna, se refiere 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 respecta a los factores externos son las dificultades financieras y la falta de confianza social unida 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 relevancia que han cobrado los costes financieros tal vez por las medidas fiscales tomadas, por el gobierno, a principios de año.
10. Por último, debemos destacar, que de nuevo las perspectivas favorables respecto al trimestre futuro, que se destacaba en el primer trimestre del año han quedado desvanecidas con la observación referida al tercer trimestre del 2011.