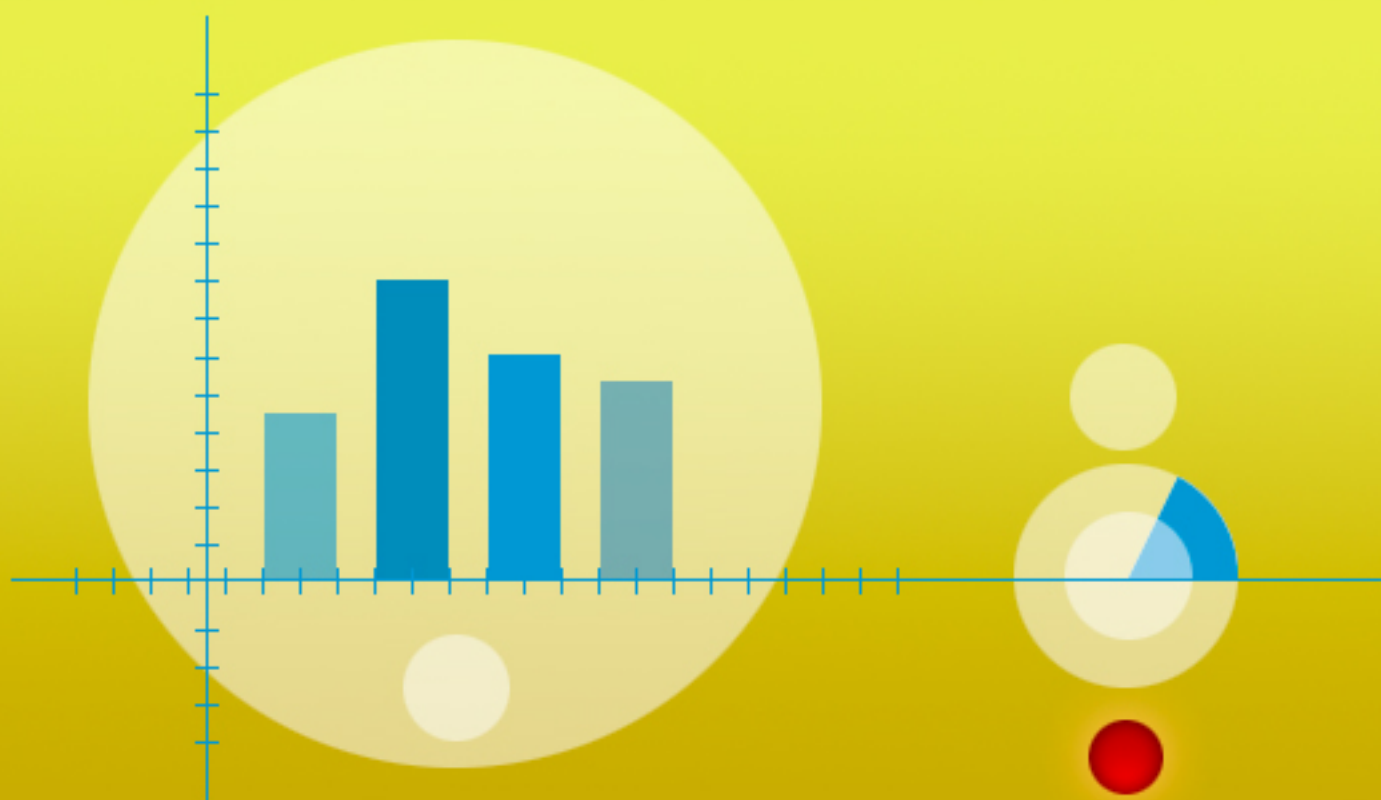


Indicador de Confianza del Sector de la Hostelería Española

1er. Trimestre de 2012



Resultados Primer Trimestre de 2012

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 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

Para la recopilación de la información y el cálculo del índice se recabó la información de 1.114 empresas del sector, vía correo electrónico, en 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 regiones económicas. 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.

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 2011, ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?
2. En comparación con el trimestre anterior, cuarto 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.

Asimismo, se le pregunta al sector su opinión sobre un tema coyuntural de interés general a la hostelería, en esta ocasión se ha preguntado sobre cómo se espera que sea la próxima campaña de verano comparada con el año anterior.

La primera pregunta 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 pregunta 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 pregunta 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:

I1 = Índice de evolución de la confianza anual = [resultados positivos (mejor) – resultados negativos (peor)] I1.2011.1 = V1.2012.1

I2 = Índice de evolución de la confianza trimestral = [resultados positivos (mejor) – resultados negativos (peor)] I2.2011.4 = V2.2012.1

I3 = Índice de evolución de la confianza futura = [resultados positivos (mejor) – resultados negativos (peor)] I3.2012.1 = V3.2012.2

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

Resultados primer trimestre 2012.

El primer trimestre del año 2011, se considerará período de comparación para el índice anual; lo mismo que el cuarto trimestre del año 2011 para el índice trimestral del pasado reciente; e igual, el segundo trimestre de 2012, para el índice futuro.

Los resultados de los índices desarrollados en el primer trimestre de 2012 son los siguientes:

Tabla 1 Índices de Confianza de la Hostelería 1er. Trimestre 2012

Índice	Valor Positivo	Valor Negativo	Valor de Confianza
Índice Anual (I1)	12.7	70.1	-57.4
Índice Trimestral (I2)	10.7	68.0	-57.2
Índice Futuro (I3)	28.7	39.4	-10.7
Índice Desconfianza (IDCH) 1er. T 2012	17.4	59.1	-41.8

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 41,8 de confianza.**

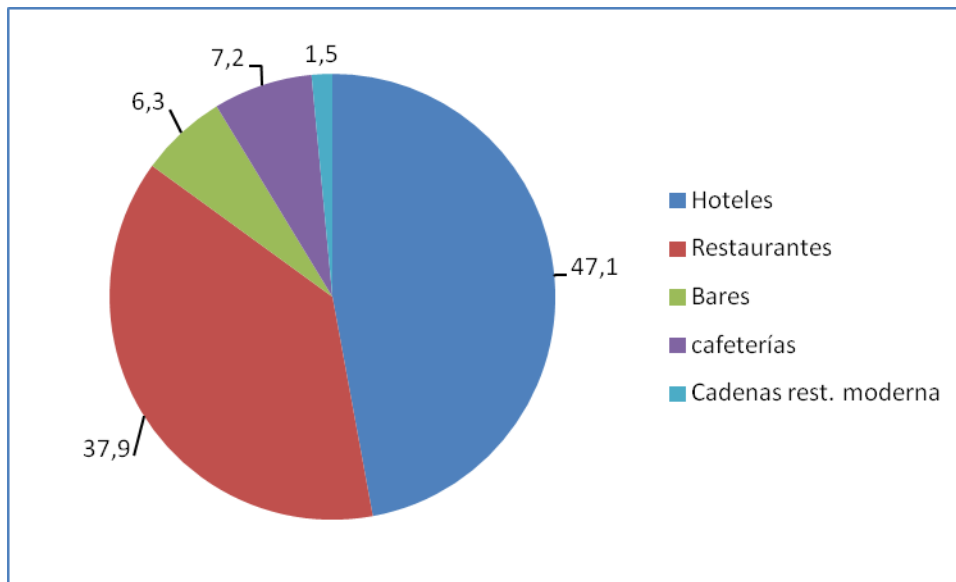
Índice de Confianza = ICH = [(100 – 57,4) + (100 – 57,2) + (100 – 10,7)]/3 = 58,2

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

1. Tipos de establecimientos

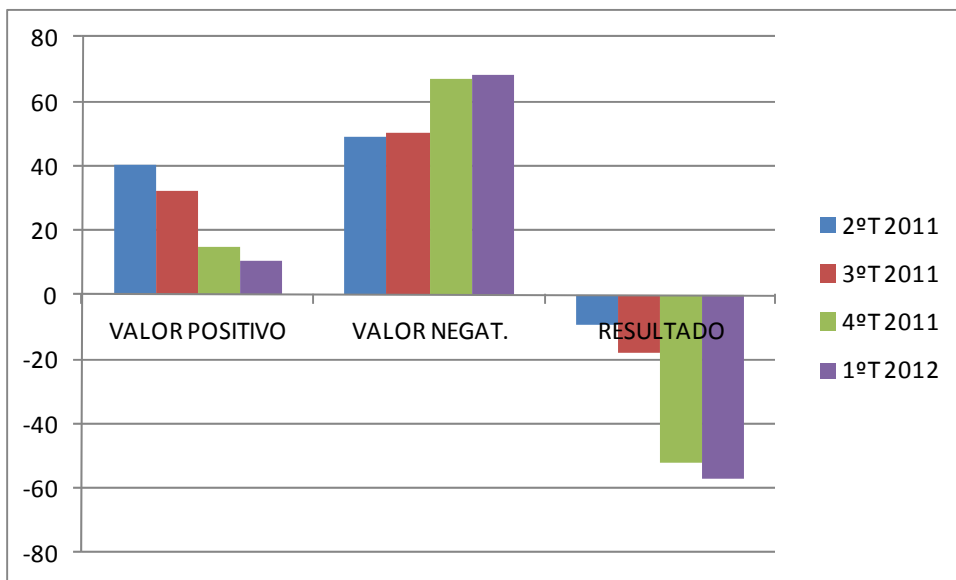
En la presente encuesta se han detectado incrementos de la participación de los hoteles (3,6%), y muy marginal de cafeterías (0,6%); a costa de una disminución de los restaurantes (un 2,7% menos), bares (1,4%), cadenas de restauración (0,1%) con respecto al trimestre precedente, de tal manera que la estructura de participación de los sectores de la hostelería se mantiene siendo los hoteles el grupo mayoritario con 47,1%, seguido de los restaurantes con el 37,9%.

Ilustración 1. Participación porcentual según tipo de negocio



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

Ilustración 2. Confianza respecto al mismo trimestre del año anterior



La perspectiva negativa reflejada por el indicador, respecto al ciclo anterior, continúa acentuándose en el primer trimestre del 2012, incrementándose los valores negativos llevando el indicador a 57,4 por debajo de la línea neutra, 2,8 puntos más abajo que el trimestre anterior. Es notorio al observarse la gráfica que desde hace medio año, se percibe como peor el desempeño inmediato, respecto al ciclo anterior.

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

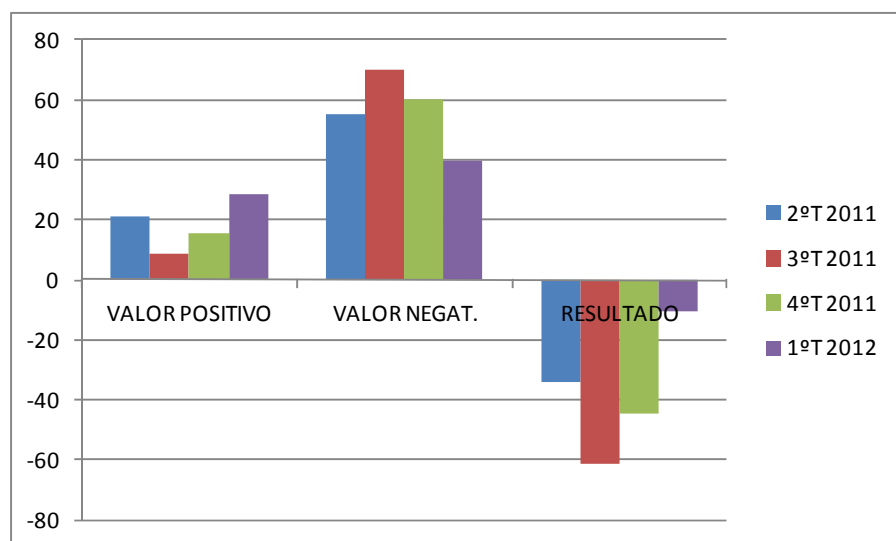
Ilustración 3. Confianza respecto al trimestre anterior



En este apartado se refleja que las respuestas positivas continúan disminuyendo consistentemente, a lo largo de los últimos cuatro trimestres, es decir los ganadores cada vez son menos; mientras que las negativas se mantienen altas, de tal manera que el resultado se profundiza hasta llegar a un 57,2 debajo de la línea neutra.

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

Ilustración 4 Confianza respecto al próximo trimestre

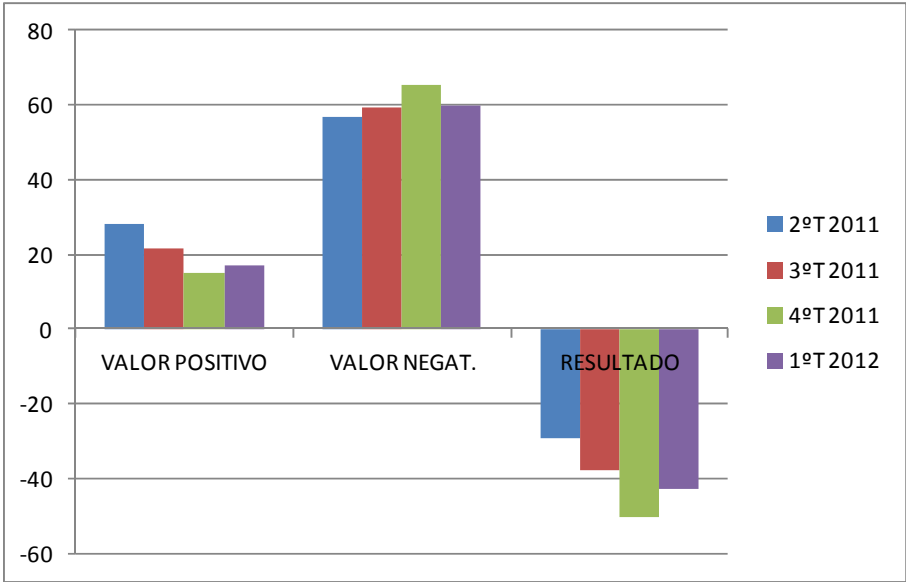


A pesar de la profundización de la evaluación negativa respecto al pasado, mostrada en los indicadores anteriores, las expectativas futuras son menos negativas en el último trimestre. Esta valoración de esperanza, ha mejorado consistentemente en los últimos tres trimestres; sin embargo, en este primer trimestre del año (-10,7) no llega al valor neutro que en el primer trimestre del 2011 presentó.

5. Valor del índice Global de Confianza.

Índice de confianza resultante

Ilustración 5. Índice de confianza al 1er trimestre de 2012



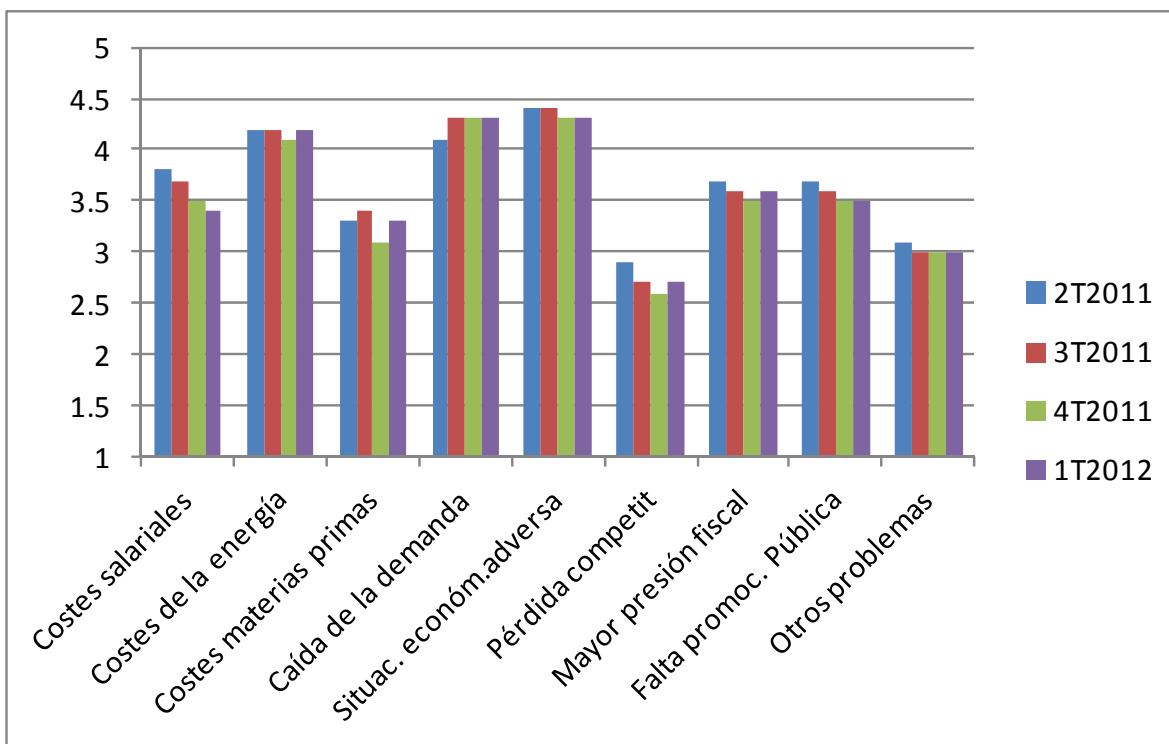
El coeficiente, o índice general de confianza, en el primer trimestre del año de 2012 ha mejorado en comparación con el cuarto trimestre del año anterior, debido fundamentalmente, a la expectativa de futuro. Dicho resultado es una mejora de 8,6 respecto al trimestre anterior.

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:

Ilustración 6. Valoración de la influencia de factores y problemas internos en los resultados



Nota: Considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima.

Destacan varios aspectos:

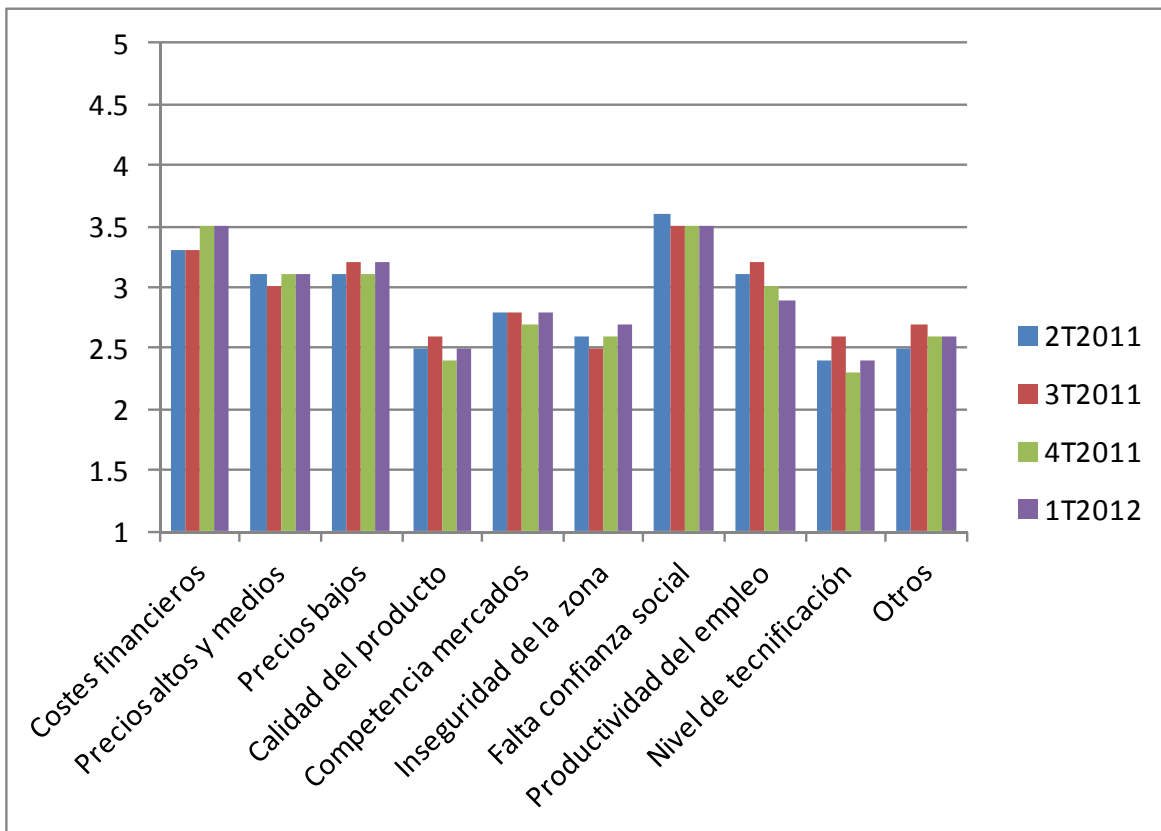
Se mantiene la estructura de valoración en el último año, sin cambios abruptos en las valoraciones de todos los trimestres, con la excepción de costes salariales que ha bajado consistentemente (-0,4 en el último año). Lo cual contrasta con los cambios en las valoraciones que reflejan los índices, e indica que no se ve internamente o no se identifican específicamente particularmente las causas con los resultados.

En el primer trimestre de 2012, varias de las valoraciones se mantienen (caída de la demanda, situación económica adversa, falta de promoción pública e institucional, y otros problemas); o suben mínimamente (0,1): costes de la energía, pérdida de competitividad, mayor presión fiscal. Costes de materias primas (0,2) es el que mayor variación presentó. **El factor de costes salariales mejoró marginalmente pasando de 3,5 a 3,4; lo que refleja que la reforma laboral aún no tiene efecto en la hostelería o su impacto es pequeño.**

En lo particular, de las cuestiones planteadas, en el momento actual, se perciben como posibles barreras que inciden con mayor gravedad en el correcto desarrollo de las empresas: la situación adversa de la economía y caída de la demanda, ambas con (4,3); seguidas de costes de la energía (4,2). Con valoraciones abajo de cuatro les siguen: mayor presión fiscal (3,6) los costes salariales, y

la falta de promoción pública e institucional (3,5), costes salariales (3,4), costes de las materias primas (3,3), otros problemas (3,0), y pérdida de competitividad (2,7).

Ilustración 7. Valoración de la influencia de factores y problemas externos en los resultados



Nota: Considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima.

Destaca a nivel general que las valoraciones a los factores externos sean más bajas que las de los factores internos, cuando los problemas económicos son a nivel macro.

Asimismo, al igual que en los valores internos, no hay cambios profundos en las valoraciones, lo que no apoya al buscar temas puntuales que expliquen el comportamiento de las valoraciones en los indicadores. A menos que se considere que el conjunto es lo que se mantiene incidiendo. **Es decir la expectativa general es negativa, elemento de carácter cualitativo, fundamental en el buen desarrollo de una economía.**

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 y los costes financieros (3,5 ambas), los precios bajos (3,2). Junto a estos factores se ha unido la preocupación del sector por los precios altos de las materias primas (3,1). La productividad del empleo (2,9), la competencia de mercados (2,8), la

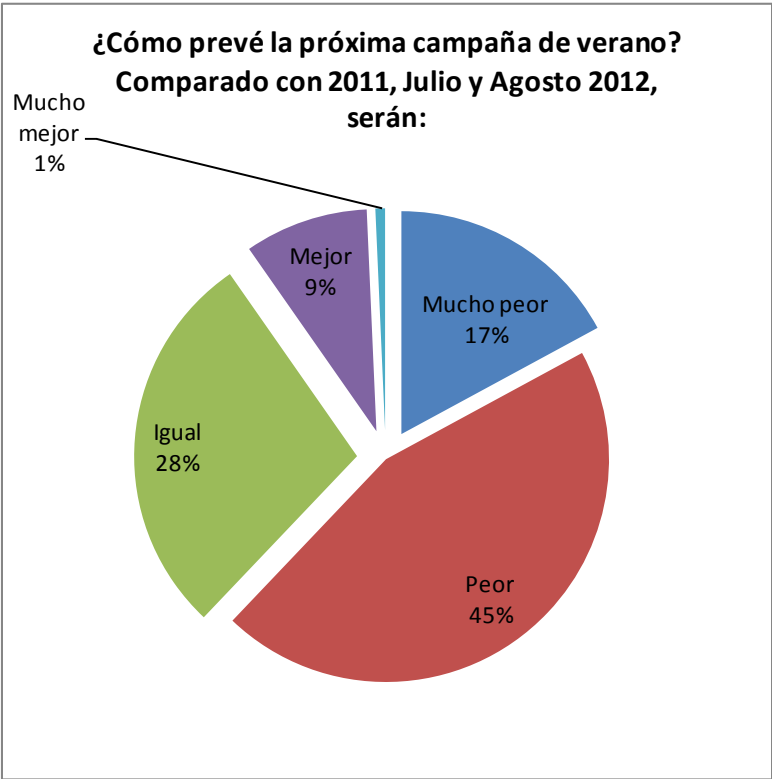
inseguridad (2,7), la calidad de los productos (2,5), y la necesidad de modernizar y tecnificar el sector (2,4) son los coeficientes que menos preocupan.

Los cambios en las valoraciones durante el último trimestre son marginales, disminuyó su incidencia la productividad del empleo al pasar de 3,0 a 2,9. Mantuvieron la misma valoración: costes financieros, precios altos, la falta de confianza social y otros. Tuvieron menos influencia (0,1 de variación): precios bajos, calidad del producto, competencia de mercados, inseguridad de la zona y la necesidad de modernizar y tecnificar el sector.

Verano 2012

En esta ocasión, al hacer el levantamiento de campo para el indicador de confianza, se cuestionó a los diversos sectores de la hostelería sobre su pronóstico para la próxima temporada de verano, y una gran mayoría la ve con pesimismo. Sólo una cada diez empresas de la hostelería pronostica una temporada positiva.

Ilustración 8. Pronóstico Verano 2012



Conclusiones.

Los resultados de la duodécima 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 de confianza obtenido muestra una pérdida de la confianza en los diferentes sectores de actividad analizados, situándose el índice general de confianza en un **58,2%** respecto a los períodos de referencia.
2. La intensidad del grado de desconfianza es menor que la registrada en el trimestre anterior, recuperando 8,6 puntos, debido fundamentalmente al mejoramiento del indicador de futuro.
3. Preocupa el resultado de la confianza respecto al año anterior, ya que se profundiza el mal resultado.
4. La información que suministra el índice de evolución respecto al pasado reciente, para el primer trimestre del año acentúa el resultado negativo del período precedente.
5. El índice sobre las perspectivas futuras, es el único que muestra una mejora mayor con respecto al trimestre anterior, aunque todavía en márgenes negativos, lo que mejora el índice de confianza.
6. Al igual que en periodos anteriores, los problemas de naturaleza interna, tienen mayor peso que los factores externos, 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 y la caída de la demanda. De este modo, se estima, que la percepción de la adversa situación económica es el principal factor que motiva la desconfianza más allá de los posibles aspectos coyunturales.
8. **El factor de costes salariales mejoró marginalmente pasando de 3,5 a 3,4; lo que refleja que la reforma laboral aún no tiene efecto en la hostelería o su impacto es pequeño.**
9. 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 y los costes financieros (3,5 ambas), y los precios bajos (3,2).
10. Sólo una de cada diez empresas de la hostelería ven una mejor temporada de verano.