



Nebrija
Universidad



FEHR
Federación Española de
HOSTELERÍA

Indicador de Confianza del Sector de la Hostelería Española

4º. Trimestre de 2010



Resultados cuarto trimestre 2010

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

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, 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 mismo trimestre del 2009, ¿cómo valora el trimestre que ha finalizado, en cuanto a las ventas realizadas?
2. En comparación con el trimestre anterior del 2010 ¿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)] $I_{1.2009.4} = V_{1.2010.4}$

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

I_3 = Índice de evolución de la confianza futura = [resultados positivos (mejor)-resultados negativos (peor)] $I_{3.2010.4} = V_{3.2010.4}$

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

Resultados cuarto trimestre 2010

El cuarto trimestre del año 2009, se considerará período de comparación, para el Índice anual; lo mismo el tercer trimestre del año 2010, para el Índice trimestral del pasado reciente; e igual, el primer trimestre 2011, para el índice de futuro.

Los resultados de los diferentes índices desarrollados en el tercer trimestre del 2010, son los siguientes

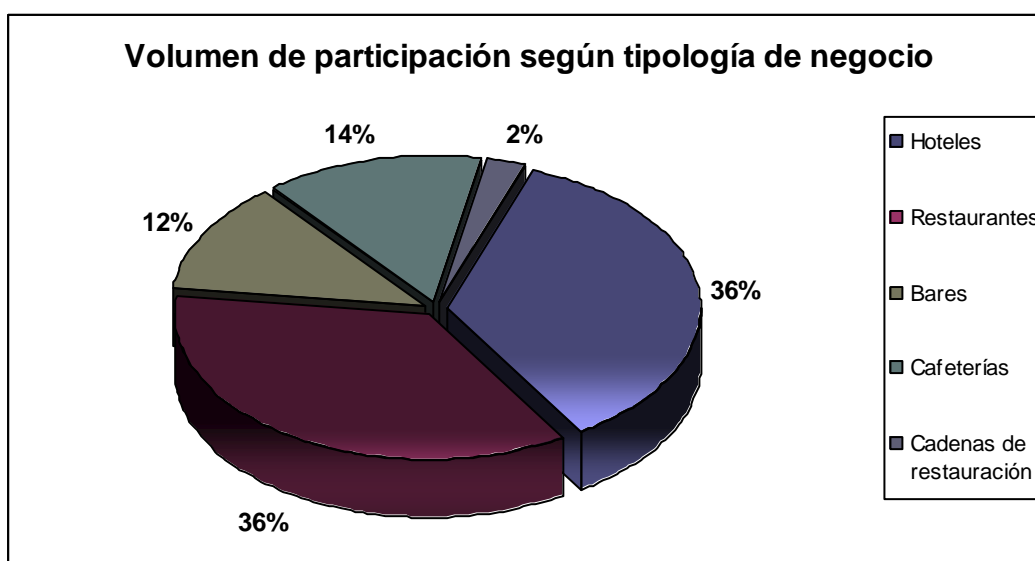
Índices	Valor positivo	Valor negativo	Valor de confianza
Índice anual (I ₁)	16,7	66,4	-49,7
Índice trimestral (I ₂)	18,4	63,2	-44,8
Índice futuro (I ₃)	10,3	69,8	-59,5
Índice confianza (ICH)	15,1	66,4	-51,3

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 51,3 de confianza:**

$$\text{Índice de Confianza} = \text{ICH} = [(100 - 49,7) + (100 - 44,8) + (100 - 59,5)]/3 = 48,7$$

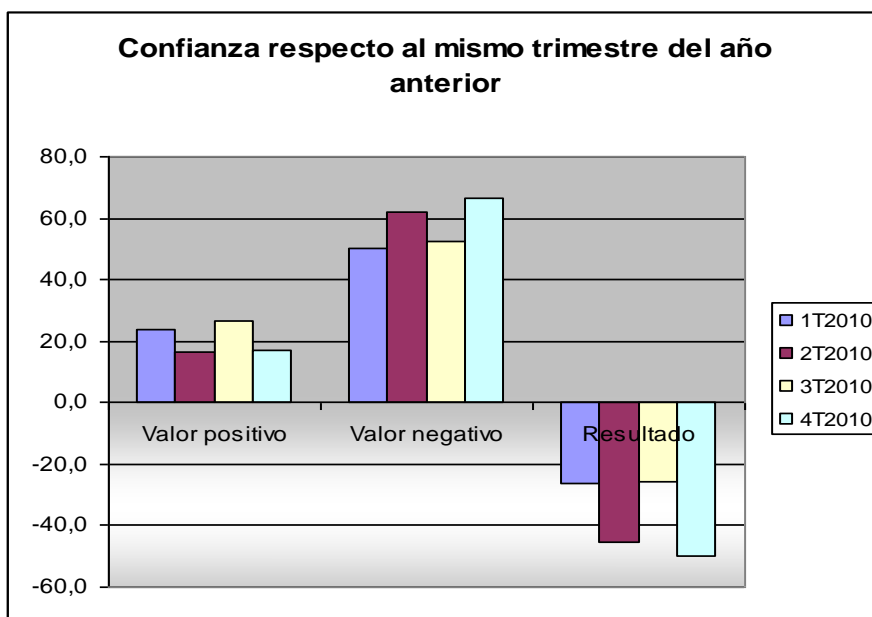
Resultados de la encuesta sobre la confianza del sector de la hostelería

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



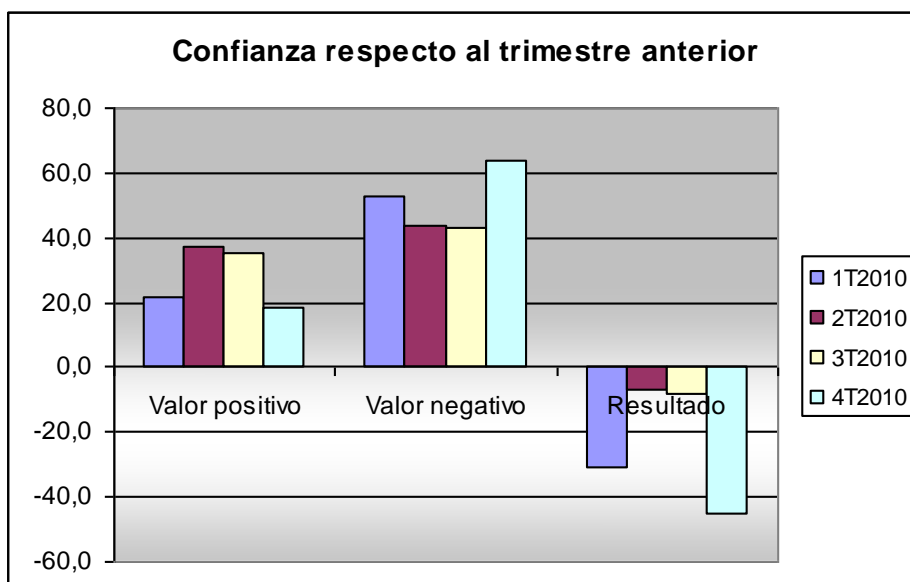
La participación en la encuesta, a diferencia de los trimestres anteriores, está más repartida entre los diversos sectores de actividad, de esta manera todos aparecen mejor representados que en otras ocasiones dónde los hoteles representaban la porción más amplia de la muestra.

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



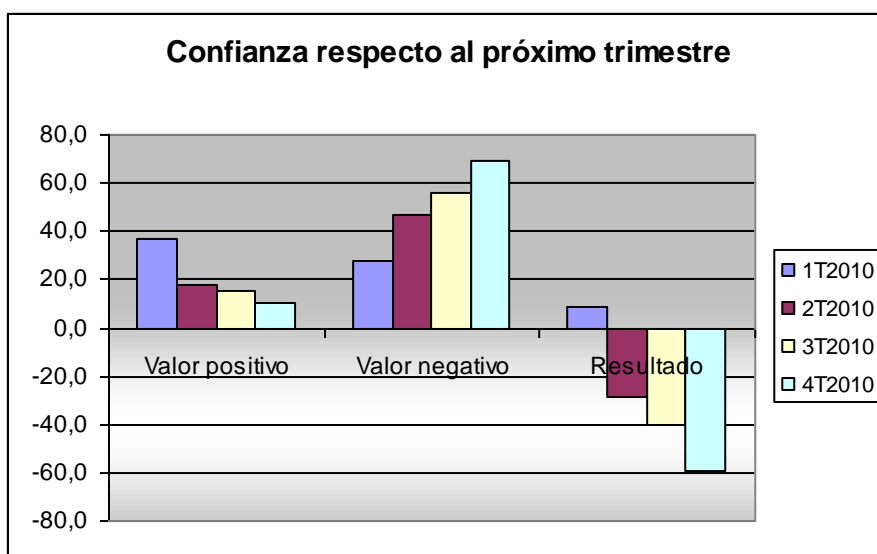
Se aprecian ciertas similitudes con respecto al segundo trimestre de 2010 aunque es ligeramente más negativo. Por el contrario, si comparamos estos resultados en comparación con el tercer trimestre se observa que las respuestas negativas han aumentado notablemente en comparación con las positivas y el resultado, por lo tanto, es significativamente muy inferior.

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



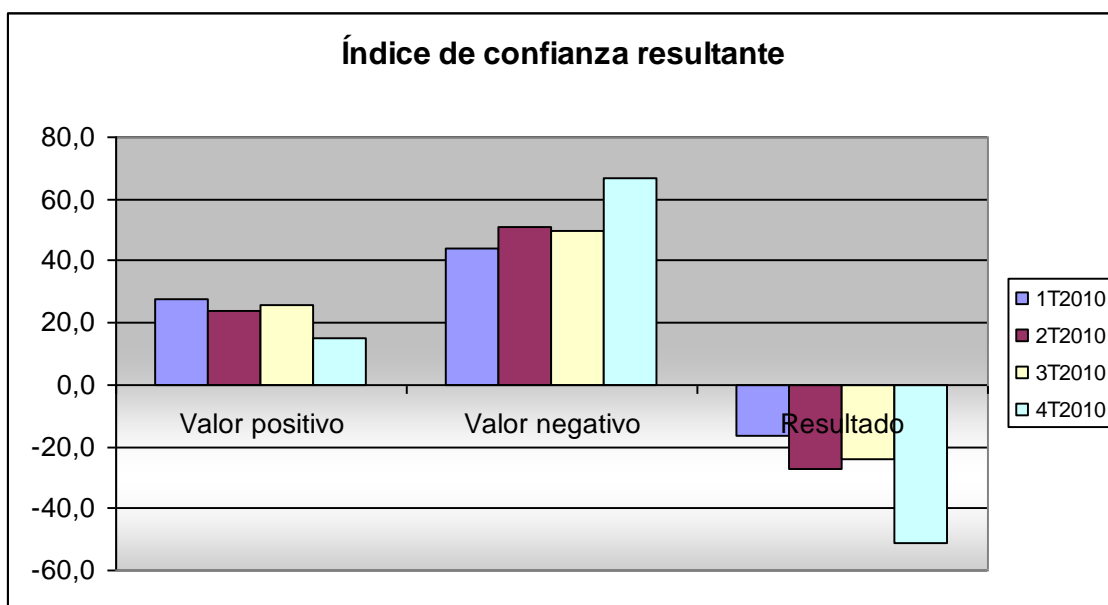
En este apartado las respuestas negativas registran los valores más altos del año, apreciándose las consecuencias de dicho proceso en el resultado final y contrastando fuertemente con el tercer trimestre, el trimestre punta del turismo español.

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



Las expectativas futuras continúan la dinámica adversa de los dos trimestres anteriores y muestra, incluso, peores perspectivas que en el trimestre anterior para el próximo periodo, ya dentro del año 2011. Dado el aumento de la participación del sector de la restauración en dicha encuesta, tal vez la ley Antitabaco, unido a la crisis económica, haya podido ejercer una influencia importante en estos resultados.

2. Valor del índice Global de Confianza

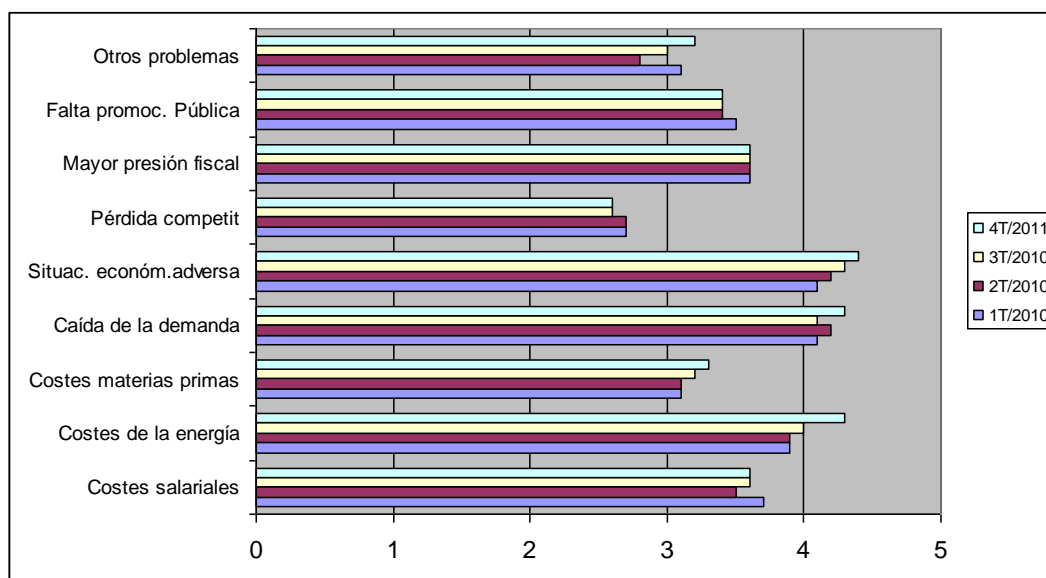


En resumen, puede hablarse de que el coeficiente, o índice general de confianza, en el cuarto trimestre del año 2010 ha empeorado sustancialmente en comparación con los trimestres anteriores, hecho que indica una clara postura pesimista de los sectores analizados respecto al pasado, presente y futuro.

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 los tipos de factores en el desarrollo de la explotación de los establecimientos. El procesamiento de la información ha proporcionado los siguientes resultados:

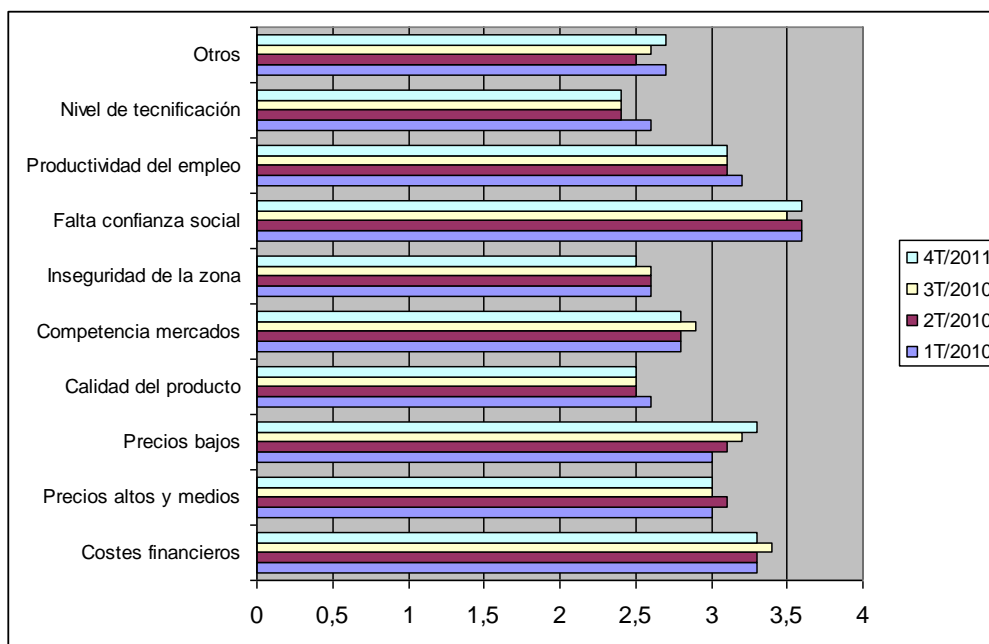
Valoración de la influencia de factores y problemas internos en los resultados del establecimiento (considerando que 1 es la menor influencia negativa y 5 es la máxima)



De las nueve cuestiones planteadas, en el momento actual, se perciben como posibles problemas más graves para el correcto desarrollo de las empresas: la caída de la demanda y la situación adversa de la economía; al igual que en trimestre anterior. Aunque, en este caso, también se han sumado los costes de la energía, situándose al mismo nivel en importancia al de la caída de la demanda. Dicha preocupación por lo costes energéticos puede deberse al aumento experimentado por la tarifa de la electricidad en 2010 y el anuncio por parte del Ministerio de Industria Turismo y Comercio, a finales de diciembre del mismo, en el que se indicaba una elevación sustancial (próxima al 10%) de dicha factura.

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 y el coste de las materias primas continúan siendo los coeficientes que menos preocupan.

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: 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 precios bajos ha tomado importancia respecto los periodos anteriores y refleja la realidad que están viviendo los profesionales de dichos sectores, dónde, para continuar con el mismo nivel de ventas se está teniendo que disminuir los precios, como muestra el “Índice de Precios Hoteleros”(IPH), publicado mensualmente por el Instituto Nacional de Estadística.

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 octava 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 un aumento generalizado y profundo de la desconfianza en los diferentes sectores de actividad analizados situándose el índice general de confianza en los niveles más bajos del año (-51,3).
2. La intensidad del grado de desconfianza es muy alta, mucho más que el trimestre anterior, más del doble, determinando un pesimismo alto en la escala de valores adversos.

3. La tendencia general de los índices advierte un aumento significativo de la desconfianza, enfocada tanto en la percepción desfavorable que el sector tiene del futuro más inmediato (próximo trimestre) y del pasado (trimestre anterior).
4. La desconfianza mostrada, respecto al trimestre anterior se ha visto quintuplicada pasando de un índice del -8,2, en el tercer trimestre, a uno del -44,8, en el cuarto, en parte debido al fuerte contraste existente entre el trimestre pico y el último trimestre del año, unido a la crisis económica y a hechos puntuales como la huelga de controladores aéreos o el temporal que bloqueó a medio mundo a finales de diciembre.
5. Las expectativas que los empresarios han expresado respecto al futuro más inmediato son bastante adversas, una posible explicación que podemos buscar a estas perspectivas es, no sólo la situación económica en la que se encuentra España, sino también el anuncio por parte del Gobierno de la implantación de la "Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco", más conocida como la "Ley Antitabaco", a partir de enero de 2011. El estado de opinión, mayoritariamente adverso, junto con varios informes que auguran un mal futuro para el sector, podrían explicar los resultados de la encuesta.
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 respecta a los problemas de naturaleza interna, los profesionales del sector continúan considerando que los factores que más influyen son la caída de la demanda y la situación adversa de la economía, aunque en este trimestre se han sumado los costes de la energía, posiblemente, como ya se ha comentado, por el aumento de la factura de la electricidad.
8. De este modo, se estima, que no es sólo la adversa situación económica la que motiva la desconfianza, sino también las políticas sociales y de reajuste del Gobierno las que en algún modo van a influir en el índice global.
9. En lo que a los factores exógenos se refiere, son las dificultades financieras y la falta de confianza social unido a la caída de los precios lo que, al igual que ha ocurrido en los demás trimestres del año, influyen en el pesimismo que inunda a los profesionales. En este punto cabe destacar que la caída de los precios ha crecido en importancia, como ya se ha comentado, tal vez porque al final del año los empresarios tengan una visión más global de su actividad.
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 de las materias primas.