



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

Patrones de localización de los hoteles de Sevilla

Trabajo Fin de Grado presentado por Mario Valle Cordero, siendo el tutor del mismo el profesor Dr. Víctor G. Aguilar Escobar

Vº. Bº. del Tutor:

Alumno/a:

Dr. D. Víctor G. Aguilar Escobar

D. Mario Valle Cordero

Sevilla. julio de 2022



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO 2021-2022**

TÍTULO:

PATRONES DE LOCALIZACIÓN DE LOS HOTELES DE SEVILLA

AUTOR:

MARIO VALLE CORDERO

TUTOR:

DR. D. VÍCTOR G. AGUILAR ESCOBAR

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA FINANCIERA Y DIRECCIÓN DE OPERACIONES

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

RESUMEN:

La localización es una de las decisiones estratégicas fundamentales para el éxito de una empresa de servicios. Esto es especialmente importante en el sector turístico y, dentro de él, en la actividad hotelera. Este trabajo tiene como objetivo de analizar los patrones que se dan en la localización de hoteles de 3 a 5 estrellas de la ciudad de Sevilla y determinar que variables tienen influencia en dicha localización. En primer lugar, se han identificado 88 hoteles del sector hotelero sevillano. A continuación, se ha reunido información sobre las variables fundamentales que caracterizan a los hoteles (categoría, habitaciones, precio, valoraciones de los clientes etc.) junto con datos de distancia de los hoteles a tres sitios de relevancia turística que se han considerado claves: Real Alcázar de Sevilla, Plaza de España y estación de trenes de Santa Justa. Con estos datos y utilizando técnicas estadísticas, se ha intentado determinar la influencia que tiene la distancia de los hoteles a los sitios de relevancia turística tanto en la valoración de la ubicación de los hoteles en la web Booking.com como en el precio al que los hoteles ofertan sus habitaciones. Los resultados muestran que existe un sitio clave para los turistas que visitan Sevilla.

PALABRAS CLAVE:

Hoteles; Sevilla; Localización; Análisis estadístico; Valoración de la ubicación

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN	3
1.1 INTRODUCCIÓN AL TRABAJO	3
1.2 IMPORTANCIA DEL TURISMO Y DEL SECTOR HOTELERO	3
1.3 LA IMPORTANCIA DE LA LOCALIZACIÓN COMO DECISIÓN ESTRATÉGICA.....	4
1.4 OBJETIVOS DEL TRABAJO	5
1.5 METODOLOGÍA.....	6
1.5.1 Elección de variables y obtención de datos	6
1.5.2 Análisis estadístico	7
1.6 ESTRUCTURA DEL TRABAJO	7
 CAPÍTULO 2 EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL y SEVILLANO	9
2.1 NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO HOTELERO.....	9
2.2 EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL.....	10
2.2.1 Evolución del sector hotelero español.....	10
2.2.2 Estado Actual.....	11
2.3. EL SECTOR HOTELERO SEVILLANO	12
 CAPÍTULO 3 RESULTADOS.....	17
3.1 ANÁLISIS DE VARIABLES CARACTERIZADORAS DE LOS HOTELES: CATEGORÍA Y NÚMERO DE HABITACIONES.....	17
3.1.1 Categoría de los hoteles de Sevilla de 3 a 5 estrellas.....	17
3.1.2 Número de habitaciones de los hoteles y relación con la categoría.	18
3.2 ANÁLISIS DE LAS DISTANCIAS DE LOS HOTELES A LOS SITIOS DE INTERÉS TURÍSTICO Y CORRELACIONES ENTRE DISTANCIA Y VALORACIÓN EN BOOKING	21
3.2.1 Distancia en kilómetros hacia el Alcázar de Sevilla por el medio más rápido.	21
3.2.2 Distancia en tiempo hacia el Alcázar, Estación de Santa Justa y la Plaza de España por el medio más rápido.....	22
3.2.3 Valoración General y de Ubicación de los Hoteles en Booking.com	23
3.2.4 Correlación entre la Distancia en Kilómetros al Alcázar por el medio más rápido y la Valoración de la Ubicación en Booking.com.....	24
3.2.5 Correlación entre la Distancia en Tiempo al Alcázar por el medio más rápido y la Valoración de la Ubicación en Booking.com.....	25

3.2.6	Histograma y Curva normal de “Distancia en tiempo hacia el Alcázar por el medio de transporte más rápido.....	26
3.2.7	Correlaciones entre distancia en Km al Alcázar por el medio más rápido y distancia en tiempo al Alcázar por el medio más rápido.....	27
3.2.8	Descriptivos de la distancia en km a pie al Alcázar y correlaciones con la valoración de la ubicación en Booking.com	27
3.2.9	Correlaciones de distancia en tiempo al Alcázar y valoración general en Booking	28
3.2.10	Correlaciones entre distancia en tiempo a Plaza de España y valoración de la ubicación.....	28
3.2.11	Correlaciones entre distancia en tiempo a la Estación de Santa Justa y Valoración de la Ubicación en Booking.com	29
3.2.12	Correlaciones entre valoración ubicación y valoración general en Booking	29
3.3	ANÁLISIS DEL PRECIO DE LA HABITACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA LOCALIZACIÓN Y LA CATEGORÍA DE LOS HOTELES	30
3.3.1	Descriptivos de precio de la habitación estándar doble para el 31-3-22.	30
3.3.2	Histograma y curva normal de la variable precio habitación estándar doble	30
3.3.3	Correlaciones entre Distancia en tiempo al Alcázar y precio habitación.	31
3.3.4	Correlaciones entre categoría y precio	32
3.4	ANÁLISIS DE LA DISTANCIA AL ALCÁZAR Y EL NÚMERO DE HABITACIONES	33
3.5	ANÁLISIS CLÚSTER.....	34
4	CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES.....	37
4.1	CONCLUSIONES.....	37
4.2	LIMITACIONES DEL TRABAJO	38
4.3	FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	38
5	BIBLIOGRAFÍA.....	39
	Anexo I Clúster de pertenencia de los hoteles de Sevilla.....	43

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN AL TRABAJO

Dentro de las decisiones estratégicas de la empresa en general y del área de Dirección de Operaciones en particular, la decisión de localización ocupa un lugar muy relevante. Este papel es aún más importante en las empresas de servicios y, dentro de ellas, en el sector hotelero. Como señala Almeida García et al. (2018), “la localización geográfica de los hoteles tiene una especial importancia debido a que su viabilidad económica está estrechamente relacionada con su ubicación y que estos establecimientos tienen una difícil relocalización posterior”.

En este sentido, existe un amplio consenso en que conseguir una localización óptima para el establecimiento hotelero supone alcanzar unos determinados niveles de ocupación, de estacionalidad y de intensidad competitiva, aspectos todos ellos que impactan directamente en la rentabilidad del establecimiento (Lado-Sestayo, Otero-González & Vivel-Búa, 2014).

Aunque cada vez existen más trabajos dedicados a estudiar la localización de hoteles, es interesante, para una determinada área geográfica concreta (ciudad, comarca, región etc.), analizar que pautas siguen los establecimientos para seleccionar sus localizaciones. Esto puede permitir estudiar varios aspectos tales como que sitios de interés turístico tienen más influencia en las localizaciones, ver si existe una relación entre la cercanía a esos sitios y el precio, analizar si los hoteles de más categoría están más cerca de esos sitios de interés o indagar si se pueden formar agrupaciones de hoteles en función de algunas variables que los definan como la categoría, el precio o el número de habitaciones etc.

Este trabajo tiene como finalidad analizar los patrones de localización de los hoteles de la ciudad de Sevilla. Como el número de establecimientos hoteleros y extra-hoteleros en esta ciudad es considerable, se han seleccionado para el estudio únicamente los hoteles de 3 a 5 estrellas ubicados dentro del municipio sevillano. Lógicamente, esto es solo una parte de toda la oferta de plazas de la ciudad que, en estos momentos y según informaciones de prensa muy recientes (Fernández, 2022), asciende a 68.000 plazas hoteleras, aunque esta cifra parece referirse más bien al total de plazas, hoteleras y extra-hoteleras lo que incluiría apartamentos turísticos. Según Marchena Gómez y Hernández Martínez (2016) “Sevilla es el tercer destino turístico urbano de España, tras Madrid y Barcelona. Su atractivo monumental y cultural se ha visto reforzado por la renovación urbana y el aumento de la oferta hotelera, que entre 2000 y 2010 creció en un 28% hasta las 18.000 plazas”. Si la progresión entre 2010 y 2020 hubiera sido la misma podemos estimar que la cifra de plazas hoteleras en 2020 habrá superado las 23.000 unidades.

En los siguientes apartados se analizará la importancia del turismo y del sector hotelero para justificar el haber elegido el tema objeto de estudio. A continuación, se enumerarán los objetivos y se explicará la metodología seguida. Por último, se dedicará un apartado para describir la estructura del trabajo.

1.2 IMPORTANCIA DEL TURISMO Y DEL SECTOR HOTELERO

El turismo es hoy en día, una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar cualquier país. Se entiende como turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios

en los que uno no vive de manera permanente. El término turismo, de acuerdo con la OMT-WTO (Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas), hace referencia a aquellas actividades que las personas, estando de viaje, realizan en el entorno de destino. Es decir, aquellas actividades que, con fines de negocios, ocio o cualquier otra actividad, se realizan en un entorno distinto al lugar del origen (Figueroa Palomo, 1983).

Como se sabe, el turismo presenta numerosas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura o de entretenimiento. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo: turismo de jóvenes, de familias, de tercera edad, de pareja, entre otros.

La importancia del turismo reside en dos pilares fundamentales, el primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en cada región específica, por ello se considera al turismo en todos los países como una actividad económica que genera empleo, infraestructura, crecimiento del transporte aéreo o marítimo, etc. Hay países que están catalogados como puntos ideales para realizar turismo mientras que otros no, y esto tiene que ver con la importancia que cada país le dedique a esta actividad y el atractivo turístico que presente. La OMT o UNWTO por sus siglas en inglés, asegura que, a nivel global, uno de cada 11 puestos de trabajo sectores relacionadas con el turismo como es el caso de los hoteles, los restaurantes, los turoperadores, los transportes, etc. (UNWTO, 2017)

Por otro lado, el turismo se basa en otro pilar denominado sociocultural. El ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, sociedades, formas de vivir y otros ambientes geográficos.

La declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, ya en 1980, expresaba que “el turismo es una actividad esencial de la vida de las naciones, por sus consecuencias directas en los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de los países, así como en sus relaciones internacionales” (Urtasun Alonso, 2001).

En el año 2000, según datos proporcionados por el Banco de España, el saldo positivo de los ingresos sobre los gastos por turismo, permitió financiar el 77.1% del déficit comercial acumulado en la balanza de pagos.

Como se recoge en González-Martínez (2021) basándose en datos de INE (2019), en España “...el peso del turismo en el Producto Interior Bruto (PIB) alcanzó los 147.946 millones de euros en el año 2018. En términos relativos esto supuso el 12,3% del PIB, una décima más que en 2017. Respecto al empleo, el turismo generó en 2018, 2,62 millones de puestos de trabajo, el 12,7% del empleo total”

El sector hotelero es un componente fundamental de la oferta turística. Su actividad es considerada como una de las actividades predominante dentro la industria del turismo, y sus ingresos suponen una cuota importante del gasto turístico total.

A pesar de la dimensión de este sector, la atención que ha recibido por parte de investigadores y académicos, es todavía insuficiente. En general, la insuficiencia de estudios en comparación con las actividades industriales es un problema generalizado en todo el sector de servicios (Domínguez-Machuca, González-Zamora & Aguilar-Escobar, 2007).

1.3 LA IMPORTANCIA DE LA LOCALIZACIÓN COMO DECISIÓN ESTRATÉGICA

Como se comentó en el apartado 1.1. de introducción al trabajo, la localización de las instalaciones es una de las decisiones estratégicas de la empresa en general y del área

de Dirección de Operaciones en particular. Su papel es muy importante en cualquier empresa, pero es especialmente clave en las empresas de servicios, y dentro de este tercer sector, es aún más decisivo en la actividad hotelera.

Como se indica en Domínguez Machuca et al. (1995) la decisión de localización es una más de las decisiones de diseño de la empresa que concierne al Subsistema de Operaciones y que implica compromisos a largo plazo. Todas estas decisiones están estrechamente interrelacionadas y entre ellas están, junto a la Localización, el Diseño del Producto, el Diseño del Proceso, la Capacidad a Largo Plazo, Distribución en Planta, entre otras. Cualquier decisión estratégica tendrá una fuerte influencia en las otras decisiones por lo que han de ser tomadas de forma conjunta por la alta dirección de la empresa.

En general, la decisión de localización es infrecuente en la vida de la empresa y una vez tomada se suele mantener por un plazo largo. En el sector hotelero es una decisión más habitual que en otros sectores aun cuando no pierde su carácter estratégico ya que sus efectos tienen una naturaleza plurianual.

Según Domínguez Machuca et al. (1995) la importancia de la decisión de localización procede fundamentalmente de dos factores:

1. Las decisiones de localización entrañan una inmovilización importante de recursos financieros sobre todo cuando los bienes se tienen en propiedad. Es evidente, que esa decisión se vuelve menos rígida si los edificios se alquilan o son cedidos con alguna fórmula de gestión, lo que es cada vez más frecuente en el sector hotelero.
2. Son decisiones que afectan a la capacidad competitiva de la empresa. Como se ha señalado esto es aún más importante en el sector hotelero puesto que la capacidad de atraer clientes depende en gran medida de la localización del hotel.

1.4 OBJETIVOS DEL TRABAJO

El objetivo principal del trabajo es analizar de forma preliminar los patrones de localización de los hoteles de Sevilla. Para conseguir este objetivo se necesitarán alcanzar de forma previa los siguientes subobjetivos:

1. Identificar los hoteles de Sevilla de 3, 4 y 5 estrellas y determinar para los mismos varias variables que resultan de interés con respecto a la localización de los mismos.
2. Determinar, de entre tres sitios de interés turístico definidos previamente, cual tiene una mayor influencia, en términos estadísticos, en la valoración de la ubicación de los hoteles de la ciudad de Sevilla que expresan los clientes de la web Booking.com
3. Determinar qué forma de calcular la distancia a los puntos de interés turístico resulta de mayor interés y explicar por qué se ha elegido.
4. Analizar si la ubicación de los hoteles de Sevilla podría tener una influencia estadísticamente significativa en el precio.
5. Analizar si la ubicación de los hoteles de Sevilla podría tener una influencia estadísticamente significativa en el número de habitaciones de los hoteles.
6. Determinar si los hoteles de Sevilla se pueden agrupar en conglomerados (también llamados clúster), en función de determinadas variables con influencia en la localización tales como distancia a sitios de interés turístico, categoría, número de habitaciones y precio.

1.5 METODOLOGÍA

En la explicación metodológica se va a distinguir entre, por un lado, la obtención de datos y explicación de variables y, por otro, los análisis estadísticos realizados.

1.5.1 Elección de variables y obtención de datos

Para la realización de este estudio, se utilizó una hoja de cálculo Excel para reunir información de 88 hoteles de la ciudad de Sevilla de 3 a 5 estrellas. Hay que aclarar que al haber realizado la búsqueda de hoteles de forma manual es probable que no se hayan recogido todos los hoteles de estas categorías presentes en el municipio a la fecha de realización de la toma de datos (marzo de 2022). Sin embargo, sí parece probable que estén todos los que se sitúan en el centro histórico de la ciudad.

Una vez se obtuvo los nombres de dichos hoteles, se recogieron los siguientes datos de los hoteles: categoría (número de estrellas) del hotel, número de habitaciones, domicilio del hotel, coordenadas de latitud y longitud, distancia en kilómetros por el medio más rápido hasta llegar al Alcázar de Sevilla, distancia en kilómetros a pie hasta llegar al Alcázar de Sevilla, medio de transporte más rápido para llegar al Alcázar, el medio de transporte más rápido hacia Santa Justa, distancia en tiempo (minutos) hasta llegar a la estación de Santa Justa, el medio de transporte más rápido para llegar a la Plaza de España, la distancia en tiempo (minutos) hasta llegar a la Plaza de España, el precio por habitación estándar doble para la fecha del 31 de marzo de 2022, valoración general que tiene cada hotel en Booking.com y la valoración de la ubicación en Booking.com de cada hotel analizado.

Para calcular las distancias a los puntos de interés turístico y los medios de transporte más rápido se utilizó la herramienta Google Maps.

Se han elegido los destinos del Alcázar de Sevilla, la estación de trenes de Santa Justa y la Plaza de España del Parque de María Luisa ya que se consideró, a priori, que podrían ser puntos de referencia de los turistas a la hora de elegir una ubicación, ya sea por la facilidad de comunicación (Santa Justa) o por su atractivo turístico (Alcázar o Plaza de España). Hay que recordar que el Real Alcázar siguió en 2021 siendo el monumento más visitado de Sevilla, con 797.008 visitas en ese año, un 55,2% más que el año anterior, lo que supuso recuperar el 38,5% de las entradas de 2019 (Rodríguez, 2022). En esta lista de monumentos del artículo citado solo se relacionan aquellos que precisan entradas para acceder. El segundo monumento en importancia es La Catedral de Sevilla. Sin embargo, éste último no se ha considerado entre los sitios de interés turístico a efectos de localización porque su extrema cercanía al Alcázar hace que las distancias de los hoteles a estos dos monumentos sean prácticamente las mismas. Hay que recordar que en 1987 la UNESCO declaró a Catedral, Alcázar y Archivo de Indias de Sevilla, Patrimonio de la Humanidad ocupado una zona central de 12 ha y una zona de amortiguación de 187 ha. Esta zona de amortiguación tiene considerable importancia porque obliga a ciertas limitaciones urbanísticas en la ciudad. De hecho, cuando se proyectó el rascacielos denominado ahora Torre Sevilla de 180,5 metros, pero más conocido como Torre Pelli por su creador, el arquitecto César Pelli, se puso en cuestión esta declaración de 1987. En concreto, fue revisada por el Comité del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO por la amenaza que podía suponer la Torre Pelli. El comité trató el asunto en su 33ª reunión, aunque al final, no sin polémica, no se descatalogó este conjunto como Patrimonio de la Humanidad a pesar de la construcción del citado rascacielos (Marchena Gómez y Hernández Martínez, 2016).

Aparte de los monumentos que precisan entradas o tiques, se ha elegido como sitio de interés turístico la Plaza de España sita en el Parque de María Luisa. Este monumento se situó en 2017 en el segundo lugar de la lista del buscador de viajes TripAdvisor que ha elegido los sitios de interés turístico del mundo más espectaculares en una edición

en la que se otorgó reconocimientos a 759 sitios de interés en 68 países y 8 regiones (Barba, 2018).

También se ha elegido un punto de llegada de viajeros importante. Los dos puntos principales para llegar a Sevilla son para Villar Lama y Fernández Tabales (2017) la Estación de trenes de Santa Justa y el Aeropuerto de San Pablo. Ambos se construyeron con motivo de la Exposición Universal de Sevilla de 1992. En este sentido, se ha elegido como sitio de interés turístico, a efectos de este trabajo, únicamente la Estación de trenes de Santa Justa, descartándose el aeropuerto porque su lejanía del centro y la escasa infraestructura hotelera próxima a él no parece que tenga gran influencia en la localización hotelera. La Estación de Santa Justa, primera en España en disponer de Alta Velocidad, presenta un importante flujo de viajeros.

Respecto a cómo se han calculado las distancias, para el caso del Alcázar se calculó a través de Google Maps la distancia en tiempo y en kilómetros al Alcázar por el medio de transporte más rápido, así como la distancia en km a pie. De estas tres medidas, se ha preferido utilizar para los análisis y para los otros dos puntos de interés (Plaza de España y Santa Justa) la distancia en tiempo por el medio de transporte más rápido por la convicción, establecida de forma previa, de que a los turistas le interesa sobre todo el tiempo que tardan en llegar al sitio de interés.

1.5.2 Análisis estadístico

Los datos obtenidos en la hoja de cálculo fueron volcados en el programa estadístico SPSS Versión 23 de IBM.

Con esta herramienta y la ayuda del tutor del TFG, se han realizado los siguientes análisis:

- Estadísticos descriptivos para las variables numéricas tales como distancias, precios etc.
- Frecuencias para las variables categóricas como categoría del hotel.
- Histogramas y curvas de normalidad para las principales variables numéricas.
- Pruebas de igualdad de medias mediante ANOVA para estudiar si existe una influencia estadísticamente significativa entre dos variables. Por ejemplo, se ha estudiado si existe una influencia de la categoría del hotel en el número de habitaciones mediante una prueba ANOVA.
- Correlaciones de Pearson para determinar si existe una relación entre dos variables numéricas tales como, por citar algún ejemplo, la valoración de la ubicación y la distancia en tiempo al Alcázar por el medio de transporte más rápido.
- Análisis clúster rápido para agrupar los hoteles en conglomerados en función de determinadas variables. En concreto, por limitaciones de espacio de este TFG, solo se han realizado análisis primero con tres variables (categoría, distancia en tiempo al Alcázar y precio). Para este análisis se ha seguido a Martínez Miranda (2003)

1.6 ESTRUCTURA DEL TRABAJO

Este estudio se compone de cinco capítulos.

En este primer capítulo de introducción, se ha realizado una breve introducción al trabajo, se ha justificado su realización por la importancia del turismo, del sector hotelero y de la decisión de localización, se han fijado los objetivos y sub-objetivos, se ha explicado la metodología y la estructura del trabajo.

En el segundo capítulo, tratamos de conocer más sobre el sector hotelero sevillano desde sus comienzos, la evolución que ha tenido durante estos años y su situación actual.

En el tercer capítulo se expondrán y explicarán los resultados obtenidos.

Finalmente, en el cuarto capítulo, se tratan las conclusiones que ha dejado este estudio y las limitaciones del trabajo y, por último, las futuras investigaciones que se pueden hacer a partir de él.

CAPÍTULO 2 EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL y SEVILLANO

2.1 NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO HOTELERO

El producto de un negocio hotelero incluye un conjunto de servicios, entre los que destaca el alojamiento y las comidas por su naturaleza de bienes de experiencia. Entre los activos más valiosos del hotel destacan la calidad intangible del trato personal a los huéspedes y la reputación o imagen de la empresa. Además, el producto hotelero es solo una parte del consumo secuencial y selectivo del producto turístico ya que este comprende el transporte, el hotel, los recursos naturales, el clima, la historia, el turismo, la cultura del sitio y otros servicios e instalaciones. A continuación, describimos las características específicas de del sector servicios para aplicarlas al caso específico del producto hotelero:

- El proceso de producción y consumo tienen lugar en el mismo marco temporal. Un servicio es el fruto de una relación entre oferente y demandante, requiriéndose la actuación de ambos para que el servicio sea prestado. De esta definición se deduce el carácter personal de los servicios, que impide la estandarización propia de los bienes industriales.
- La intangibilidad de los servicios hoteleros. Un servicio hotelero no se puede tocar ni ver porque tiene un fuerte componente intangible. Para poder apreciarlo, primero hay que consumirlo.
- La variabilidad de la calidad. En la calidad del producto cobra una gran importancia el proveedor de dicho servicio y del entorno en el que se realiza.
- Factores como la cualificación del personal, el estado de ánimo u otros factores pueden tener un gran impacto en la calidad de la prestación del servicio.
- La estacionalidad de la demanda de los servicios hoteleros.

También existen ciertos factores que influyen en las ventas:

- La propia ubicación del hotel es uno de los factores primordiales.
- El nivel de servicio. Este factor depende en gran parte de la calidad y exclusividad de los servicios que el hotel vaya a prestar, la disponibilidad de los diversos tipos de comodidades, su estilo y calidad.
- El precio. Este factor suele ser decisivo a la hora de elegir un hotel u otro.
- Variedad de servicios, los hoteles de hoy en día ofrecen una amplia selección de servicios que pueden y pretenden cubrir casi todas las necesidades que le surjan a sus huéspedes durante su estancia.
- Imagen del hotel, este factor es actualmente muy apreciado por los directivos de todos los hoteles.

Además de las características individuales de los servicios, debemos destacar los factores externos tanto positivos como negativos que son generados por la prestación de servicios a terceros. Por ejemplo, la construcción de un hotel y la demanda turística que recibiría del mismo beneficiará a otro tipo de negocios del territorio (comercios, bares, restaurantes, transporte, etc.). Sin embargo, los factores externos también pueden ser negativos como hemos comentado anteriormente, como, por ejemplo, para los residentes del área, ya que el turismo puede convertirse abrumador para la población local y crear impactos tanto ambientales como sociales negativos. (Urtasun Alonso, 2001).

2.2 EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL

El sector hotelero es, debido a sus inversiones, por el empleo que genera, por su infraestructura y por el impacto económico que produce, un sector fundamental para la economía española. De hecho, la mayor parte de los turistas internacionales en España se alojan en establecimientos hoteleros, por lo que no sorprende el aumento del número de empresas en el sector de los hoteles y alojamientos similares (moteles, hostales y pensiones) antes de la irrupción del coronavirus. En diciembre de 2021, había registradas en todo el territorio nacional alrededor de 12.600 empresas con más de 17.000 establecimientos. España ocupa el tercer lugar en la oferta hotelera mundial (5,3% de camas), solo por detrás de Italia (7,8%) y EEUU (25,5%) (Statista Research Department, 2022).

2.2.1 Evolución del sector hotelero español

El sector hotelero español sufrió un crecimiento sin precedentes durante los años 60 y 70, como consecuencia del repunte de la demanda turística de los años 60. La demanda crecía a tasas superiores a la oferta, lo que facilitaba la entrada de nuevas empresas al sector. Además de una oferta insuficiente, esta primera etapa de crecimiento del sector, se caracterizó por un producto homogéneo de calidad deficitaria y bajos precios dirigido a un turismo de masas.

Desde entonces hasta la actualidad, el crecimiento del sector hotelero ha sido espectacular. Actualmente, el sector sigue creciendo, a una tasa media anual de 30.000 plazas hoteleras, a pesar de haber entrado en su etapa de madurez. En la década de los 80, el impulso siguió siendo el mismo tipo de turismo que había provocado el despegue inicial, el turismo de sol y playa. En la década de los 90, el crecimiento de la planta hotelera se desplazó de las zonas tradicionalmente turísticas, a las grandes ciudades, lo cual marcó una sustancial diferencia en el tipo de clientes.

Los expertos consideran que la crisis más importante que ha sufrido el sector fue consecuencia de la sobrecapacidad adquirida en 1992, que obligó a reducir considerablemente los precios y de la que tardó varios años en recuperarse. A pesar de ello, tal y como demuestra el crecimiento continuado de la oferta, las empresas consiguen readaptarse a las nuevas condiciones. La planta hotelera española sigue creciendo gracias al surgimiento de nuevos segmentos en la demanda, potenciados por los propios empresarios hoteleros.

El crecimiento que ha experimentado el sector ha afectado principalmente a los hoteles de categoría media alta, mientras que en las categorías inferiores el número tiende a disminuir. (Pazos García–Morales & Cortón de las Heras, 2017).

En la siguiente tabla recoge los datos de la oferta del número de turistas que se ha hospedado en los establecimientos hoteleros en España en el periodo 1999-2006. Aunque esta información es relativamente antigua, si expresa bien el continuo crecimiento de empresas y establecimientos.

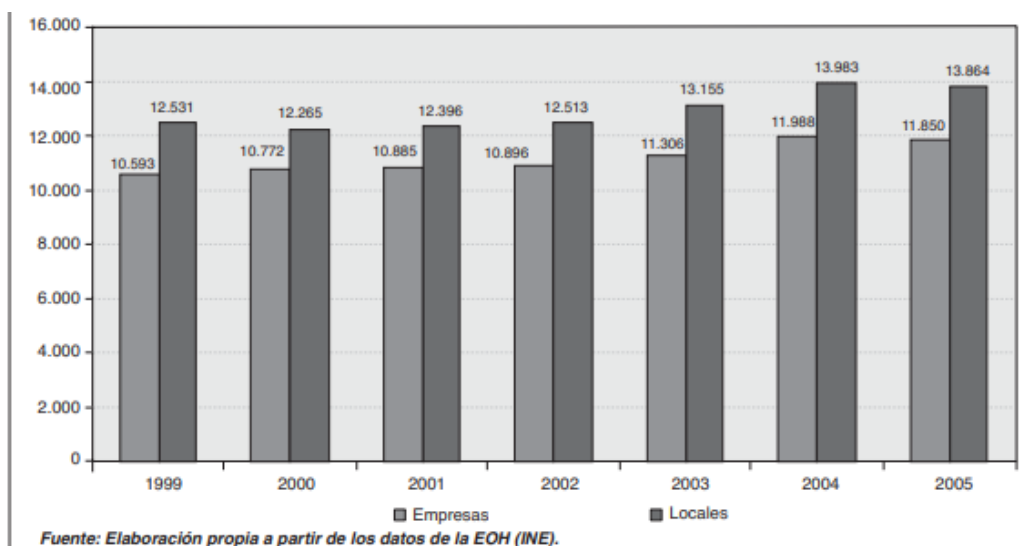


Gráfico 2.1. Empresas y locales hoteleros en España (1999-2005)

Fuente: Moral Rincón (2006)

Como podemos observar en la gráfica anterior la progresión en el número de turistas que recibe España ha venido acompañada por un ascenso muy intenso en la oferta de alojamiento hotelero (Gráfico 2.1). El número de empresas cuya actividad principal es ofrecer alojamiento hotelero pasó de 10.593 en 1999 a 11.850 en 2005. En el Gráfico 2.1 también se presenta la evolución del número de establecimientos o locales que llegaron a ser casi 14.000 en 2004 y 2005.

2.2.2 Estado Actual

Como se sabe, el turismo es uno de los motores del PIB español. No obstante, el impacto del COVID-19 ha afectado significativamente a años de continuo crecimiento. Las grandes cadenas españolas y los pequeños hoteleros locales se encuentran a día de hoy ante uno de los grandes retos de la historia que es volver a los números que se tenía hasta antes de la pandemia.

Actualmente, el país cuenta con más de 35.000 hoteles con una capacidad de más de 1,5 millones de camas. Respecto al gasto, la media por individuo es de más de 1.000 euros (APD,2020).

Era muy evidente que al tomar las medidas tan duras como las que tomó España en marzo tenían que afectar a los hoteles de todo el país. El cierre de negocios o el confinamiento de la población fueron aspectos muy negativos. También cabe destacar las cancelaciones de reservas que se realizaron antes de la pandemia (viajeros nacionales e internacionales no dudaron en anular las reservas de habitaciones ante la incertidumbre sobre cuándo, cómo y dónde se podría viajar).

Cuando se decretó el confinamiento de la población prácticamente todos los hoteles tuvieron que cerrar sin importar su categoría, situación o emplazamiento. El sector hotelero venía de 7 años consecutivos batiendo récords en todos los niveles (facturación, nuevas aperturas o camas ocupadas). Durante el verano del 2020 se produjeron imágenes insólitas, por ejemplo, áreas como la Costa del Sol tuvieron solo un 50% de ocupación y eso tratándose de un destino muy demandado en esta época. (APD, 2020).

Se considera que 2022 será el año en el que el sector vuelva a unas cifras aceptables de facturación consiguiendo volver a ser el motor económico de todo el país. (APD, 2020)

2.3. EL SECTOR HOTELERO SEVILLANO

Sevilla es uno de los más importantes destinos turísticos de España por ser una de las principales ciudades históricas. En concreto, es la tercera ciudad más visitada después de Barcelona y Madrid. La actividad turística se encontraba en pleno apogeo hasta 2019, antes de la crisis sanitaria y, como se verá, se está actualmente, en este año 2022, recuperándose satisfactoriamente.

La demanda turística de Sevilla tiene un importante componente internacional, donde dominan Francia, Italia y Estados Unidos en las tres primeras posiciones e Italia y Alemania en los lugares cuarto y quinto. (Pérez Valera & Domínguez Quintero, 2021)

A continuación, se va a analizar la situación actual del sector hotelero que está fuertemente condicionada por la pandemia de la COVID

En el Gráfico 2.2 se presentan los datos de ocupación de las plazas hoteleras en Sevilla durante el período de abril de 2020 (principio de la pandemia) a mayo de 2022.

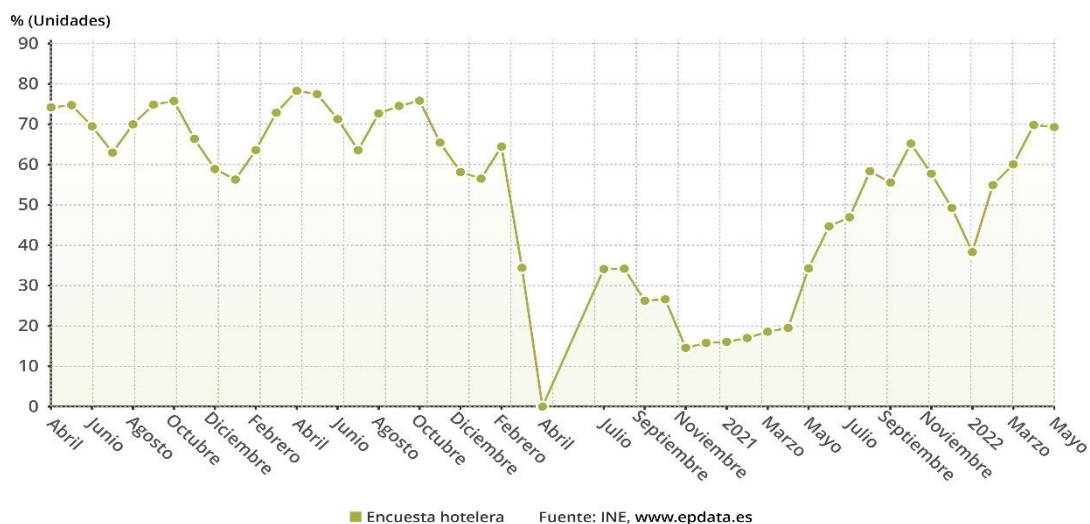


Gráfico 2.2. Grado de Ocupación de las plazas ofertadas en establecimientos hoteleros en el período abril 2020-mayo 2022.

Fuente: Epdata.es (2022)

En el Gráfico 2.2 se puede observar que la ocupación de las plazas ofertadas para el mes de mayo de 2022 en Sevilla alcanzó casi el 70%, concretamente el 69,29%. Si comparamos los datos de este año con los datos del mismo período del año anterior (mayo 2021) se puede que se ha producido un aumento de 35 puntos en el grado de ocupación de las plazas ofertadas.

En el Gráfico 2.3 se recogen los datos de la estancia media de los turistas en los establecimientos hoteleros en la ciudad de Sevilla durante el período 2020-2022.

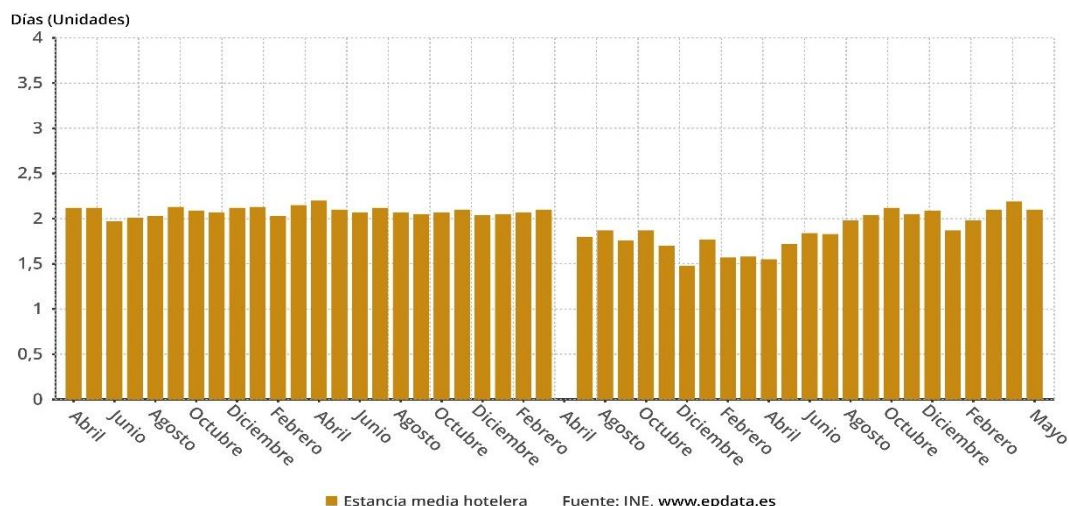


Gráfico 2.3 Estancia Media de los turistas en los hoteles de Sevilla durante los años 2020-2022

Fuente: Epdata.es (2022)

En el Gráfico 2.3. se puede observar que los turistas pasaron en mayo de 2020 en los hoteles de Sevilla un total de 2,1 noches por persona. Esto supone una variación de 22,09 puntos con respecto al año anterior.

En el Gráfico 2.4. se recogen los datos de la cantidad de los establecimientos hoteleros abiertos en Sevilla entre los años 2020-2022.

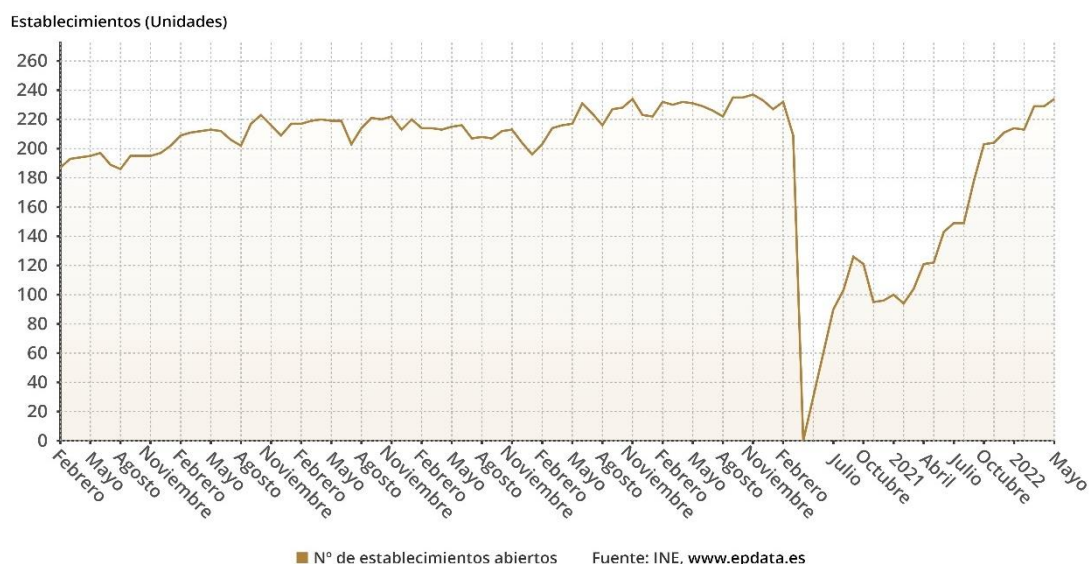


Gráfico 2.4: Establecimientos hoteleros abiertos existentes durante los años 2020-2022.

Fuente: Epdata.es (2022)

En el Gráfico 2.4 se puede observar que se estima que en el mes de mayo de 2022 había en Sevilla un total de 234 hoteles abiertos, lo que se traduce en una variación mensual de un 2,18%. Si se compara con el mismo período del año pasado se ha producido un aumento de 112 hoteles abiertos.

El Gráfico 2.5 recoge los datos de las plazas ofertadas en los establecimientos hoteleros en Sevilla durante el período de 2020-2022.

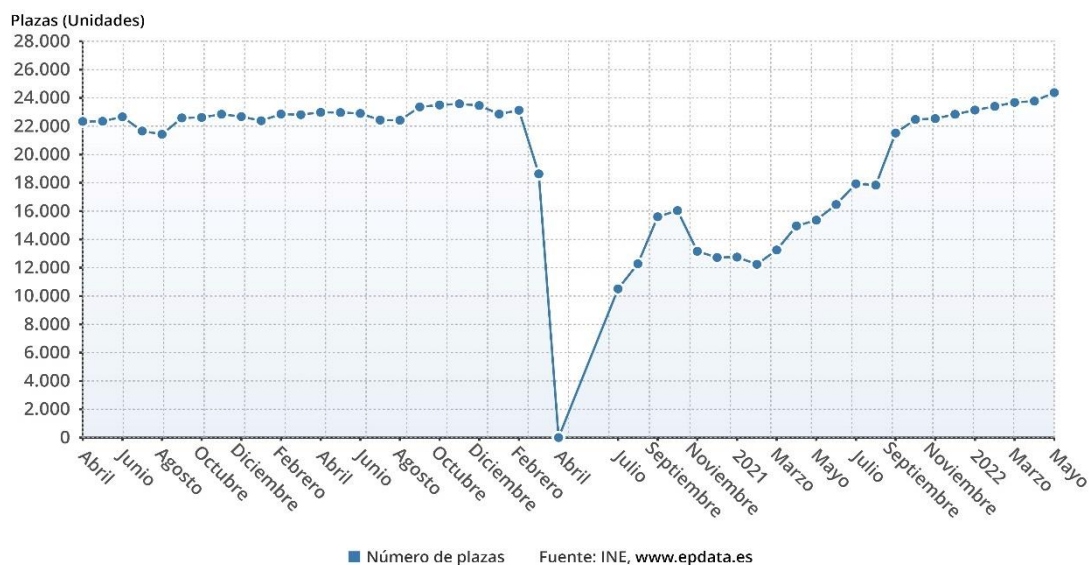


Gráfico 2.5 Plazas ofertadas en los establecimientos hoteleros sevillanos durante los años 2020-2022.

Fuente: Epdata.es (2022)

En el Gráfico 2.5 se puede observar que existe un total de 24.375 de plazas ofertadas en los hoteles de la ciudad de Sevilla a fecha de mayo de 2022. Si se compara con los datos del mismo período del año anterior podemos ver que se ha producido un aumento de 9.011 plazas ofertadas.

El Gráfico 2.6 recoge los datos del número de personas que trabajan en los establecimientos hoteleros en la ciudad de Sevilla durante los años 2020-2022.

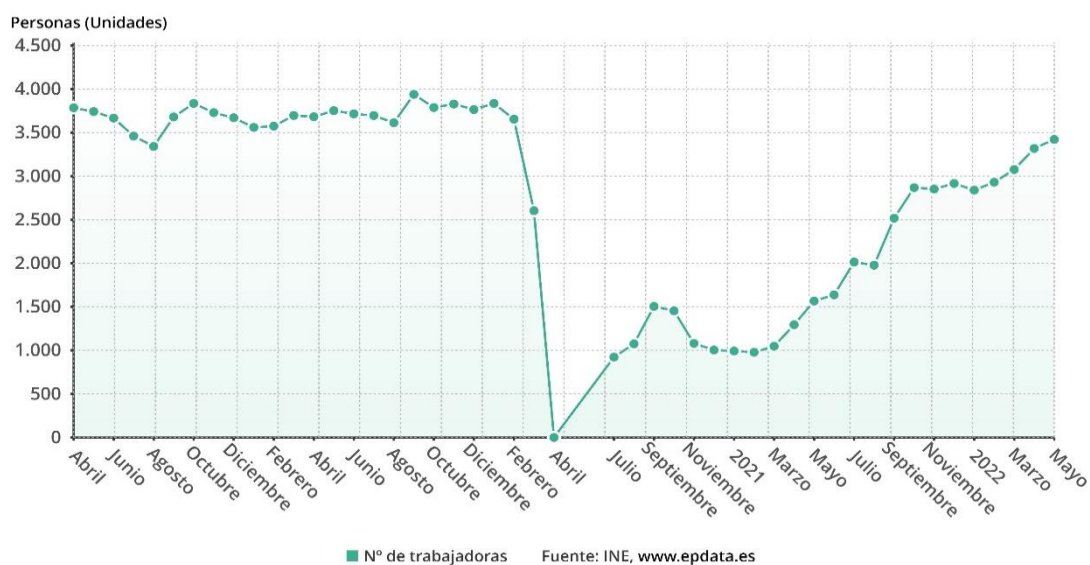


Gráfico 2.6: Número de personas que trabajan en los establecimientos hoteleros sevillanos durante los años 2020-2022.

Fuente: Epdata.es (2022)

En el Gráfico 2.6. se puede observar que había 3.423 personas trabajando en los establecimientos hoteleros en la ciudad de Sevilla a mayo de 2022. Si se compara con los datos del mismo período del año anterior podemos ver que se ha producido un aumento de 1.856 personas.

Todos estos datos muestran que el sector hotelero en Sevilla está registrando en los últimos meses los mejores datos de su actividad desde que comenzó la pandemia.

Este análisis permite afrontar el capítulo de resultados con un cierto conocimiento de la situación actual del sector hotelero sevillano.

CAPÍTULO 3 RESULTADOS

En este capítulo se expondrán los resultados del análisis estadístico efectuado que, como se explicó en el capítulo metodológico, ha sido realizado a partir de los datos recogidos en una hoja de cálculo. Las variables utilizadas en los análisis han sido las siguientes:

1. Categoría (número de estrellas) del hotel
2. Número de habitaciones
3. Distancia en kilómetros por el medio más rápido hasta llegar al Alcázar de Sevilla
4. Distancia en kilómetros a pie hasta llegar al Alcázar de Sevilla
5. Distancia en tiempo (minutos) hasta llegar al Alcázar de Sevilla (por el medio de transporte más rápido)
6. Medio de transporte más rápido para llegar al Alcázar
7. Distancia en tiempo (minutos) hasta llegar a la estación de Santa Justa (por el medio de transporte más rápido)
8. Medio de transporte más rápido hacia Santa Justa
9. Distancia en tiempo (minutos) hasta llegar a la Plaza de España
10. Medio de transporte más rápido para llegar a la Plaza de España
11. Precio por habitación estándar doble para la fecha del 31 de marzo de 2022
12. Valoración general que tiene cada hotel en Booking.com (a 31 de marzo de 2022 o fecha más cercana posible)
13. Valoración de la ubicación en Booking.com de cada hotel analizado (a 31 de marzo de 2022 o fecha más cercana posible)

Adicionalmente se recogieron otros datos relacionados con la localización que no han sido utilizados en los análisis:

- A) Domicilio del hotel
- B) Coordenadas de latitud y longitud

Los análisis incluyen estadísticos descriptivos de estas variables tales como frecuencias para las variables categóricas y rango, máximo, mínimo, media y desviación típica para las variables numéricas.

Adicionalmente, se van a realizar análisis de dos o más variables usando pruebas de igualdad de medias mediante ANOVA, correlación de Pearson y técnica clúster.

3.1 ANÁLISIS DE VARIABLES CARACTERIZADORAS DE LOS HOTELES: CATEGORÍA Y NÚMERO DE HABITACIONES

En el estudio hemos utilizado dos variables numéricas que describen a los hoteles: la variable categoría que es categórica o nominal y toma tres valores en función del número de estrellas del hotel: 3, 4 y 5, y la variable “número de habitaciones” que es una variable continua o de escala.

3.1.1 Categoría de los hoteles de Sevilla de 3 a 5 estrellas.

La Tabla 3.1 recoge el número de hoteles de 3 a 5 estrellas existentes en la ciudad de Sevilla por categoría, es decir, número de estrellas. Hay que aclarar que al haber seleccionado los hoteles de forma no sistemática pudiera existir algunos hoteles no incluidos en el listado. En total son 88 hoteles cuyos nombres se pueden ver en el Anexo I.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
3	30	34,1	34,1
4	51	58,0	92,0
5	7	8,0	100,0
Total	88	100,0	

Tabla 3.1. Nº de hoteles de 3 a 5 estrellas de Sevilla por categoría

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3.1. podemos observar que hay 30 hoteles de 3 estrellas y que estos representan el 34'1% de todos los hoteles de Sevilla, hay 51 hoteles de 4 estrellas en la ciudad que a su vez representan el 58% del total de los hoteles y finalmente podemos observar que hay 7 hoteles de 5 estrellas que estos representan el 8% del total de hoteles.

Estas cifras indican que el volumen principal de hoteles en Sevilla corresponde a los hoteles de 4 estrellas y que entre los hoteles de 3 y 4 estrellas se alcanza el 92% de los hoteles sevillanos.

3.1.2 Número de habitaciones de los hoteles y relación con la categoría.

La Tabla 3.2 recoge la media del número de habitaciones por categoría

Categoría	Número de habitaciones						
	Recuento	Suma	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo	Rango
3	30	1506	50,20	43,04	6	208	202
4	51	4980	97,65	89,06	7	437	430
5	7	682	97,43	86,09	11	244	233
Total	88	7168	81,45	78,73	6	437	431

Tabla 3.2. Estadísticos descriptivos del nº de habitaciones por categoría

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 3.2. la suma de habitaciones de los 88 hoteles de 3 a 5 estrellas de Sevilla asciende a 7.168 plazas con una media de 81,45 habitaciones por hotel. Existen importantes diferencias entre los hoteles de Sevilla en cuanto al número de habitaciones por categoría. Así los hoteles de 3 estrellas tienen una media de 50,2 habitaciones mientras que los de 4 y 5 estrellas tienen una media muy similar y que asciende a más de 97 habitaciones. La desviación estándar o típica de esta variable es alta en todos los hoteles, muy superior a la mitad de la media que se suele considerar

una desviación típica aceptable. La desviación global es de 78,73, cifra muy cercana a la media de 81,45 habitaciones lo que expresa mucha diferencia de habitaciones.

Respecto a los rangos, también se confirma la dispersión reflejada en la desviación estándar. En los hoteles de 3 estrellas el hotel más pequeño, el Hotel Boutique Casas de Santa Cruz, tiene 6 habitaciones y el mayor 208. En los de 4 el más pequeño tan solo tiene 7 habitaciones y el mayor, el Meliá Los Lebreros, tiene 437 habitaciones. La diferencia entre ambos es de 430 habitaciones. También existen importantes diferencias en los hoteles de 5 estrellas ya que estos van de 11 habitaciones a 244.

Estas diferencias se corresponden con la estructura urbana de la ciudad, con un centro histórico lleno de calles pequeñas donde los edificios son de poco tamaño y que se prestan a hoteles de reducidas dimensiones. En las áreas exteriores al antiguo recinto amurallado, en barrios de más reciente desarrollo, es más fácil que existan hoteles mayores como el citado Meliá Los Lebreros. De los 10 hoteles de mayor tamaño, 8 están fuera del casco histórico de Sevilla. Entre ellos los 4 de mayores dimensiones. Sin embargo, ya sea por edificios construidos en la época franquista en el casco histórico (hoteles Don Paco y Gran Meliá Colón) o por la unión de pequeños edificios (p. ej. Hotel Casas de la Judería), hay hoteles con más de 150 habitaciones sitios en el enorme casco histórico de la ciudad, el más grande de España y uno de los más grandes de Europa, con 4 km² de extensión (El Correo de Andalucía, 2021).

Para estudiar si existen diferencias estadísticamente significativas entre el número de habitaciones (variable dependiente) y la categoría de la habitación (factor) se ha realizado un ANOVA de estas variables que se recoge en la Tabla 3.3. En realidad, la Tabla 3.3. son un conjunto de tablas que hemos unido a efectos de título en una sola.

Prueba de homogeneidad de varianzas

Número de habitaciones

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
4,563	2	85	,013

ANOVA

Número de habitaciones

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	44463,657	2	22231,828	3,820	,026
Dentro de grupos	494748,161	85	5820,567		
Total	539211,818	87			

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Número de habitaciones

	(J)	(I) Categoría	Categoría	Diferencia de medias (I-J)	Error estándar	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
HSD Tukey	3	4	4	-47,447*	17,554	,022	-89,32	-5,57
			5	-47,229	32,024	,308	-123,62	29,16
	4	3	3	47,447*	17,554	,022	5,57	89,32
			5	,218	30,751	1,000	-73,14	73,57
	5	3	3	47,229	32,024	,308	-29,16	123,62
			4	-,218	30,751	1,000	-73,57	73,14
Games-Howell	3	4	4	-47,447*	14,739	,005	-82,67	-12,22
			5	-47,229	33,476	,388	-146,84	52,39
	4	3	3	47,447*	14,739	,005	12,22	82,67
			5	,218	34,848	1,000	-99,70	100,14
	5	3	3	47,229	33,476	,388	-52,39	146,84
			4	-,218	34,848	1,000	-100,14	99,70

*. La diferencia de medias es significativa en el nivel 0.05.

Número de habitaciones

	Categoría	N	Subconjunto para alfa = 0.05
			1
HSD Tukey ^{a,b}	3	30	50,20
	5	7	97,43
	4	51	97,65
	Sig.		,203

Se visualizan las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Utiliza el tamaño de la muestra de la media armónica = 15,322.

b. Los tamaños de grupo no son iguales. Se utiliza la media armónica de los tamaños de grupo. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

Tabla 3.3 Prueba de comparación de medias ANOVA del número de habitaciones en función de la categoría del hotel

Fuente: Elaboración propia

La primera información incluida en la Tabla 3.3, la prueba de Levene de homogeneidad de varianzas nos indica que no se puede mantener la hipótesis nula al ser el p valor (Sig.) menor a 0,05 por lo que no existe homogeneidad de varianzas. En este sentido, habrá que usar como prueba Post-Hoc la prueba de Games-Howell.

En la segunda subtabla de esta Tabla 3.3, el ANOVA confirma que existen diferencias de medias estadísticamente significativas al ser el p valor (Sig.) inferior a 0,05.

En la tercera subtabla de la Tabla 3.3 se recogen las pruebas Post-Hoc eligiendo Games-Howell por las razones que se han explicado. Se observa que en el número de habitaciones por hotel existen diferencias estadísticamente significativas entre los hoteles de 3 y 4 estrellas. Se puede concluir que los hoteles de Sevilla de 3 estrellas son, en términos medios, significativamente más pequeños que los de 4. Respecto a la comparación entre 3 y 5, a pesar de la gran diferencia de medias, no es posible una conclusión porque el escaso número de hoteles de 5 no permite resultados concluyentes en términos estadísticos.

3.2 ANÁLISIS DE LAS DISTANCIAS DE LOS HOTELES A LOS SITIOS DE INTERÉS TURÍSTICO Y CORRELACIONES ENTRE DISTANCIA Y VALORACIÓN EN BOOKING

3.2.1 Distancia en kilómetros hacia el Alcázar de Sevilla por el medio más rápido.

La Tabla 3.4 recoge la distancia en kilómetros de los hoteles de Sevilla con respecto al Alcázar de Sevilla utilizando el medio de transporte más rápido.

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Distancia en Km al Alcázar por el medio más rápido	88	11,90	,20	12,10	2,43	2,28

Tabla 3.4 Estadísticos descriptivos de la distancia en Km al Alcázar de Sevilla por el medio más rápido

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede ver que se ha calculado la distancia entre todos los hoteles estudiados de Sevilla (88 hoteles) y el Alcázar. Se puede observar que la distancia mínima es 0,2 km (Hotel Palacio Alcázar) mientras que la máxima es 12,1 km (Hotel San Pablo Sevilla) siendo el rango de 11,9 km. La media de las distancias de los hoteles de Sevilla con respecto al Alcázar por el medio más rápido es de 2,43 km siendo la desviación estándar de 2,28. Esta última medida refleja una desviación considerable respecto a la media lo que indica una dispersión importante de los hoteles en cuanto a su distancia en km por el medio más rápido.

Esta variable parece poco estable por cuanto depende mucho de las condiciones del tráfico en el momento en que se haga la toma de datos. De hecho, se ha calculado esta distancia para el citado Hotel San Pablo el día 14-7-22 a las 11:08h y, en ese caso, la distancia por la ruta más rápida se reduce a 9,2 km porque ese día se podía ir por la calle Luis Montoto, tardando 27 minutos al Alcázar. Igual tiempo se tardaba el 14-7-22 a la misma hora por la Ronda Urbana Norte, pero en ese caso la distancia subía a 11,9 km, que es la misma que indicó como más rápida Google Maps en el día y hora de la toma de datos en marzo de 2022.

La Tabla 3.5 recoge determinados estadísticos descriptivos de la distancia en km al Alcázar por el medio de transporte más rápido.

		Distancia en Km al Alcázar por el medio más rápido			
		Recuento	Media	Mediana	Desviación estándar
Medio de transporte más rápido al Alcázar	A pie	32	,58	,55	,27
	Coche	48	3,81	3,35	2,23
	Transporte Público	8	1,51	1,05	1,07

Tabla 3.5 Estadísticos descriptivos de la distancia en Km al Alcázar de Sevilla en función del medio de transporte más rápido

Fuente: Elaboración propia

Se observa que para 32 hoteles el medio de transporte más rápido para los clientes es ir a pie ya que la distancia media es de 580 metros. La desviación típica en este caso es baja 0,27 km o 270 metros, que es inferior a la mitad de la media. La mediana es muy parecida a la media lo que también indica poca dispersión. Para la mayoría de los hoteles el medio más rápido es el coche (coche particular o taxi) porque la distancia media es de 3,81 km. Aquí la desviación estándar es más elevada que la mitad de la media lo que indica más dispersión de los datos. La mediana está más alejada de la media que cuando el medio es a pie. Igual ocurre en el transporte público, donde la media es de 1,51 pero la mediana es de solo 1,05 y la desviación estándar de 1,07. En este caso existe una alta dispersión por la existencia de hoteles muy alejadas en distancia pero que se recomienda usar transporte público (metro, bus, etc.)

3.2.2 Distancia en tiempo hacia el Alcázar, Estación de Santa Justa y la Plaza de España por el medio más rápido.

La falta de estabilidad de la distancia en km por el medio más rápido hace preferible calcular la distancia en tiempo por el medio más rápido que es la que se va a utilizar a partir de este momento. Por otro lado, en nuestra opinión el tiempo de trayecto es lo que verdaderamente interesa a los clientes, cuánto van a tardar en llegar a determinados puntos de interés turístico. La Tabla 3.6 recoge la distancia en tiempo de los hoteles de la ciudad de Sevilla con respecto al Alcázar de Sevilla, a la estación de Santa Justa y a la Plaza de España.

Variable de distancia	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla	88	24	2	26	9,93	4,65
Distancia en tiempo (minutos) hasta la Plaza de España	88	18	5	23	12,67	3,37
Distancia en tiempo (minutos) hasta la estación de Santa Justa	88	19	3	22	12,61	4,83

Tabla 3.6 Estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo al Alcázar de Sevilla, a la Plaza de España y a la Estación de Santa Justa por el medio más rápido

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3.6 se puede observar que la distancia media más corta es la que tiene los hoteles de la ciudad de Sevilla en relación con el Alcázar de Sevilla (9,93) mientras que la distancia media más mayor es la existente entre los hoteles de Sevilla con la Plaza de España (12,67), muy similar a la distancia media de los hoteles a Santa Justa (12,61). Destacar también que la desviación estándar de los datos es mayor en la distancia de los hoteles de Sevilla con la estación de Santa Justa (4,83) mientras que la desviación estándar de los hoteles de Sevilla con la Plaza de España es la menor con una gran diferencia (3,37). A pesar de una menor distancia media, el rango mayor es la distancia al Alcázar al situarse en el Centro Histórico de la ciudad y tener, por tanto, un acceso más complicado en determinadas horas del día. El tiempo de desplazamiento desde los hoteles oscila entre dos minutos para el hotel más cercano y 24 para el más alejado (datos correspondientes al día y hora de la toma de datos).

3.2.3 Valoración General y de Ubicación de los Hoteles en Booking.com

En la tabla 3.7 se recogen los datos de la Valoración General y la Valoración de la Ubicación que tienen los hoteles de Sevilla a través de la página web de Booking.com

Valoraciones en Booking.com	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Valoración general en Booking	88	2,8	6,8	9,6	8,595	,5175
Valoración de la ubicación del hotel en Booking	88	3,1	6,8	9,9	9,036	,7510

Tabla 3.7: Valoración General y Valoración de la Ubicación de los hoteles de Sevilla en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3.7 se puede observar que tanto los valores mínimos y máximos de la valoración general de hotel y de la ubicación son parecidos, aunque la media de la valoración de la ubicación es superior a la valoración general. Esto parece indicar que, en el caso de Sevilla, los clientes valoran con puntuaciones más altas la buena ubicación de los hoteles que la valoración del hotel en general, es decir, que comprende muchos más aspectos como el trato recibido y las características que presenta cada hotel. Las desviaciones estándares son muy bajas en relación a la media lo que demuestra una cierta homogeneidad entre los hoteles. El hotel peor valorado recibe un 6,8 y el mejor valorado un 9,6. Esto por otra parte, es típico de Booking.com ya que su sistema prima que las puntuaciones no sean muy bajas (Velasco-López & Aguilar-Escobar, 2018).

3.2.4 Correlación entre la Distancia en Kilómetros al Alcázar por el medio más rápido y la Valoración de la Ubicación en Booking.com

En la tabla 3.8 se recoge la correlación existente entre la distancia en kilómetros al Alcázar por el medio de transporte más rápido y la Valoración de la Ubicación que tienen los hoteles de la ciudad de Sevilla en Booking.com

		Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com
Distancia en Km al Alcázar por el medio más rápido	Correlación de Pearson	-,795**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	88

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 3.8: Correlación entre la Distancia en Km al Alcázar por el medio de transporte más rápido y la Valoración de la Ubicación en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 3.8 indica que la correlación de Pearson entre la distancia en Kilómetros al Alcázar de Sevilla por el medio más rápido y la Valoración de la Ubicación de los hoteles de la ciudad de Sevilla presenta un valor de -0,795 siendo el p-valor de 0,000 lo que indica que la correlación es estadísticamente significativa. El hecho de que la correlación sea negativa indica que a medida que un hotel se encuentre más lejos del Alcázar los clientes valorarán peor la ubicación de dicho hotel, mientras que si un hotel se encuentra cerca del Alcázar los clientes lo valorarán positivamente. El alto valor de la correlación muestra la gran influencia que la distancia al Alcázar tiene en la valoración de la ubicación lo que expresa su gran atractivo como sitio de interés turístico.

3.2.5 Correlación entre la Distancia en Tiempo al Alcázar por el medio más rápido y la Valoración de la Ubicación en Booking.com

En la tabla 3.9 se recogen los datos de la correlación existente entre la distancia en tiempo al Alcázar por el medio de transporte más rápido y la Valoración de la Ubicación que tienen los hoteles de la ciudad de Sevilla en Booking.com

		Valoración de la ubicación del hotel en Booking	Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla
Valoración de la ubicación del hotel en Booking	Correlación de Pearson	1	-,670**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	88	88

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 3.9 Correlación entre la Distancia en tiempo al Alcázar por el medio de transporte más rápido y la Valoración de la Ubicación en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior podemos ver que la correlación existente entre la distancia en tiempo al Alcázar de Sevilla y la Valoración de la Ubicación de los hoteles de la ciudad de Sevilla asciende a -0,67 siendo estadísticamente significativa pues el p-valor asciende a 0,000. También, en este caso existe una correlación negativa, lo que indica que la valoración de la ubicación depende de la cercanía en tiempo con respecto al Alcázar. La correlación es algo menor que cuando usábamos la distancia en km. Sin embargo, por las razones expresadas en el subapartado 3.2.1 se ha preferido usar la distancia en tiempo (minutos) para el resto de análisis.

3.2.6 Histograma y Curva normal de “Distancia en tiempo hacia el Alcázar por el medio de transporte más rápido

El Gráfico 3.1. presenta un histograma con su correspondiente curva normal de la distancia en tiempo de los hoteles de la ciudad de Sevilla con respecto al Alcázar por el medio de transporte más rápido.

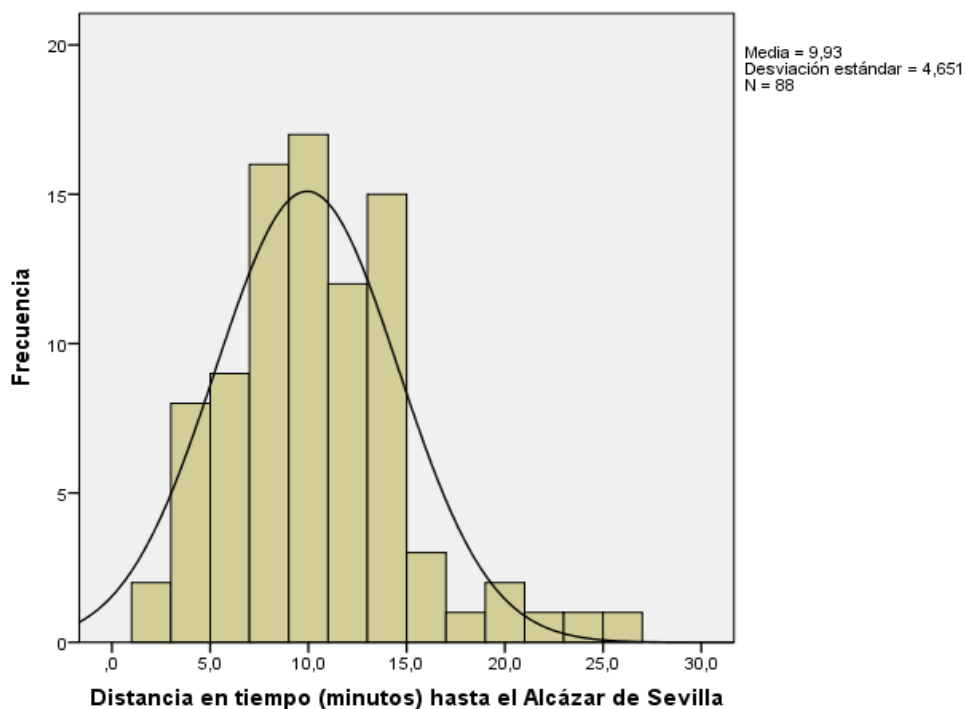


Gráfico 3.1. Histograma y Curva normal de “Distancia en tiempo hacia el Alcázar por el medio de transporte más rápido

Fuente: Elaboración propia

En el histograma anterior podemos observar la distribución de la distancia en tiempo de los hoteles de Sevilla hacia el Alcázar de Sevilla utilizando el medio de transporte más rápido. En este caso, podemos observar que la distancia media en tiempo es de 9'93 minutos y que hay una cierta normalidad en los datos con una cierta inclinación de la curva hacia la derecha lo que es normal cuando existe un límite inferior (cero) y no hay límite superior. La existencia de dientes de sierra suele ser indicativo de dos grupos de datos que pudieran ser hoteles a menos de 10 minutos del Alcázar y hoteles a más de 10 minutos.

3.2.7 Correlaciones entre distancia en Km al Alcázar por el medio más rápido y distancia en tiempo al Alcázar por el medio más rápido

En la tabla 3.10 se recoge la correlación existente entre la distancia en km y en tiempo de los hoteles de la ciudad de Sevilla con respecto al Alcázar de Sevilla utilizando el medio de transporte más rápido.

		Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla
Distancia en Km al Alcázar por el medio más rápido	Correlación de Pearson	,797**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	88

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 3.10 Correlación entre la Distancia en Km al Alcázar por el medio de transporte más rápido y la distancia en tiempo al Alcázar por el medio de transporte más rápido

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior podemos observar que existe una correlación positiva entre la distancia en km y la distancia en tiempo hacia el Alcázar de Sevilla utilizando el medio de transporte más rápido, esto quiere decir, que a medida que un hotel se encuentre a más distancia en km con respecto al Alcázar también será mayor la distancia en tiempo y viceversa. Por esta razón, utilizar una u otra medida viene a ser indiferente porque ambas están recogiendo un mismo concepto.

3.2.8 Descriptivos de la distancia en km a pie al Alcázar y correlaciones con la valoración de la ubicación en Booking.com

La Tabla 3.11 presenta los estadísticos descriptivos de la variable distancia en km a pie al Alcázar. Se ha querido medir también esta variable porque es más estable que las anteriores ya que éstas dependen del estado del tráfico.

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Distancia en Km al Alcázar a pie	88	7,40	,20	7,60	1,52	1,58

Tabla 3.11 Estadísticos descriptivos de la distancia en Km a pie al Alcázar de Sevilla

Fuente: Elaboración propia

La distancia media de los hoteles de Sevilla al Alcázar asciende a 1,52 km estando el hotel más alejado a 7,6 km (Hotel Bellavista Sevilla) y el más cercano a 200 metros.

En la tabla 3.12 se recoge la correlación existente entre la distancia en km a pie y la valoración de la ubicación en Booking.com

		Valoración de la ubicación del hotel en Booking
Distancia en Km al Alcázar a pie	Correlación de Pearson	-,846**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	88

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 3.12 Correlación entre la Distancia en Km al Alcázar a pie y la valoración de la ubicación en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

La correlación que se presenta en la Tabla 3.12 asciende a -0,846. Por lo tanto, presenta la mayor correlación recogida hasta ahora lo que significa que la distancia a pie en km es el mejor parámetro para medir las percepciones de los clientes en cuanto a la ubicación.

3.2.9 Correlaciones de distancia en tiempo al Alcázar y valoración general en Booking

Se ha calculado la correlación entre la distancia en tiempo al Alcázar por el medio más rápido y la valoración general en Booking determinándose que no hay correlación estadísticamente significativa entre estas dos variables.

Se puede concluir que la ubicación cerca del Alcázar no tiene una gran influencia en la valoración general que se hace del hotel.

3.2.10 Correlaciones entre distancia en tiempo a Plaza de España y valoración de la ubicación

En la tabla 3.13 se recogen los datos de la correlación que existe entre la distancia en tiempo hacia la Plaza de España y la Valoración de la Ubicación de los hoteles de la ciudad de Sevilla de 3 a 5 estrellas.

		Valoración de la ubicación del hotel en Booking
Distancia en tiempo (minutos) hasta la Plaza de España	Correlación de Pearson	-,377**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	88

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 3.13 Correlación entre la Distancia en tiempo hacia la Plaza de España y la Valoración de la Ubicación de los hoteles de 3 a 5 estrellas de la ciudad de Sevilla.

Fuente: Elaboración propia

De la Tabla 3.13 se deduce que existe una correlación negativa de valor -0,377 entre la distancia en tiempo a la Plaza de España y la Valoración de la Ubicación. En principio, esto quiere decir, que a medida que un hotel se encuentre a más distancia en tiempo con respecto a la Plaza de España, los clientes valoran peor la ubicación de dicho hotel en Booking.com y viceversa.

Sin embargo, dentro del municipio de Sevilla, la Plaza de España y el Alcázar están relativamente próximos, en la zona sur del centro de Sevilla que es la más turística, por lo que se ha estudiado la correlación entre distancia en tiempo al Alcázar y a la Plaza de España en la Tabla 3.14. dando un valor de 0,529 que resulta estadísticamente significativo al nivel 0,01 con un p-valor de 0,000. Se puede deducir que ambos monumentos atraen a los turistas de forma conjunta ya que la distancia entre ellos es de 1,6 km que se puede recorrer a pie en 16 minutos.

3.2.11 Correlaciones entre distancia en tiempo a la Estación de Santa Justa y Valoración de la Ubicación en Booking.com

Se ha estudiado la correlación entre la distancia en tiempo a la Estación de Santa Justa y la Valoración de la Ubicación en Booking.com determinando que no existe una correlación estadísticamente significativa entre estos dos parámetros.

Esto indica que, en general, los clientes de hoteles de Sevilla no tienen en cuenta en su valoración de la ubicación la cercanía a Santa Justa.

3.2.12 Correlaciones entre valoración ubicación y valoración general en Booking

Se ha estudiado la correlación entre la Valoración general en Booking.com de los hoteles y la Valoración de la Ubicación en la misma web determinando que no existe una correlación estadísticamente significativa entre estas dos variables.

3.3 ANALISIS DEL PRECIO DE LA HABITACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA LOCALIZACIÓN Y LA CATEGORÍA DE LOS HOTELES

3.3.1 Descriptivos de precio de la habitación estándar doble para el 31-3-22

En la tabla 3.14 se recogen los datos de los precios de una habitación estándar doble para la fecha del 31/03/2022 en los hoteles de la ciudad de Sevilla de 3 a 5 estrellas.

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Precio habitación estándar doble para el 31 de marzo	88	428	56	484	160,20	92,087

Tabla 3.14 Precios de una habitación estándar doble para el 31/03/2022 en la ciudad de Sevilla.

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3.14 se puede observar que, entre todos los hoteles estudiados de la ciudad de Sevilla, el precio mínimo de una habitación ascendió a 56€, el precio máximo a 484€, y el precio medio a 160,20€.

La desviación estándar del precio fue para el día de toma de datos (31-3-2022) de 92,087€ lo que es solo un poco más de la media, dato que refleja una desviación aceptable, es decir, cierta homogeneidad de varianzas.

3.3.2 Histograma y curva normal de la variable precio habitación estándar doble

El gráfico 3.2. presenta un histograma del precio de una habitación estándar doble en los hoteles de la ciudad de Sevilla de 3 a 5 estrellas.

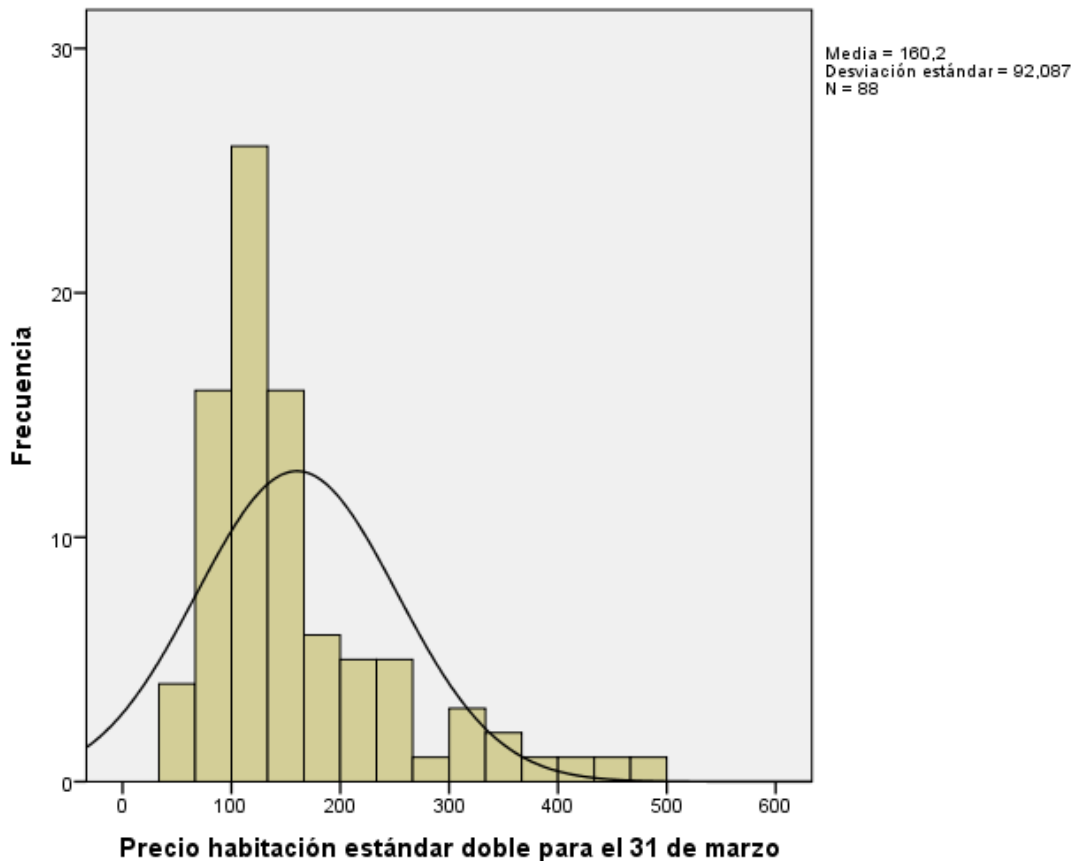


Gráfico 3.2 Histograma y curva normal del precio de una habitación estándar doble en los hoteles de la ciudad de Sevilla de 3 a 5 estrellas

Fuente: Elaboración propia

En el histograma anterior se puede observar que la mayoría de los hoteles de la ciudad de Sevilla concentraron en ese día su precio en el intervalo de 100-166€. A partir de ahí, existen diversidad de precio hasta llegar al precio máximo de 484€. Comparando estos datos con la curva normal observamos que la distribución del precio presenta una cola amplia a la derecha por lo que se puede decir que es más apuntada y asimétrica derecha.

3.3.3 Correlaciones entre Distancia en tiempo al Alcázar y precio habitación

La tabla 3.15 recoge los datos de la correlación existente entre la distancia en tiempo hacia el Alcázar de Sevilla y el precio de una habitación en los hoteles de la ciudad de Sevilla de 3 a 5 estrellas.

		Precio habitación estándar doble para el 31 de marzo
Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla	Correlación de Pearson	-,301**
	Sig. (bilateral)	,004
	N	88

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 3.15 Correlación entre la Distancia en tiempo hacia el Alcázar de Sevilla y el precio de una habitación en los hoteles de 3 a 5 en la ciudad de Sevilla.

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3.15 se puede observar que existe una correlación negativa entre la distancia en tiempo hacia el Alcázar de Sevilla y el precio de una habitación estándar doble para el 31 de marzo, esto quiere decir, que a medida que un hotel se encuentre a más distancia en tiempo de la Plaza de España, el precio de su habitación disminuirá, sin embargo, a medida que un hotel se encuentre más cerca del Alcázar de Sevilla, el precio de sus habitaciones aumentará. El valor de la correlación no es muy alto lo que indica que en el precio están influyendo otros factores además de la ubicación.

Se ha calculado también la correlación entre distancia a pie en km al Alcázar y el precio ofreciendo un valor muy parecido al de la tabla 3.15 pero algo superior: -0,345, siendo también significativo al nivel 0,01 y confirmando la idea de que los turistas aprecian más la distancia espacial que temporal a la hora de hacer sus valoraciones.

3.3.4 Correlaciones entre categoría y precio

La tabla 3.16 recoge los datos de la correlación existente entre la categoría de los hoteles de la ciudad de Sevilla y el precio de sus habitaciones.

		Precio habitación estándar doble para el 31 de marzo
Categoría	Correlación de Pearson	,635**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	88

** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Tabla 3.16 Correlación entre la categoría de los hoteles estudiados de la ciudad de Sevilla y precio de una habitación doble estándar para el 31/03/2022.

Fuente: Elaboración propia

De la tabla 3.16 se puede deducir que existe una correlación positiva y directa entre las dos variables estudiadas de valor 0,635. Esto quiere decir, que a medida que la categoría de un hotel sea mayor, el precio de sus habitaciones aumentará y viceversa.

3.4 ANÁLISIS DE LA DISTANCIA AL ALCÁZAR Y EL NÚMERO DE HABITACIONES

En este apartado se pretende analizar si existe una correlación entre la distancia al Alcázar que se ha revelado como el principal sitio de interés turístico de los estudiados y el número de habitaciones.

En la tabla 3.17 recoge los datos de la correlación existente entre la distancia en tiempo al Alcázar por el medio más rápido y el número de habitaciones de los hoteles estudiados de la ciudad de Sevilla.

		Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla	Número de habitaciones
Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla	Correlación de Pearson	1	,217*
	Sig. (bilateral)		,043
	N	88	88
Número de habitaciones	Correlación de Pearson	,217*	1
	Sig. (bilateral)	,043	
	N	88	88

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 3.17: Correlación entre la Distancia en tiempo (minutos) al Alcázar de Sevilla utilizando el medio de transporte más rápido y el número de habitaciones

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior podemos observar que existe una correlación positiva de valor 0,217 entre las dos variables estudiadas, esto quiere decir, que a medida que un hotel se encuentre a más distancia del Alcázar de Sevilla, el número de habitaciones podrá ser superior. Sin embargo, la correlación no es alta porque existen otros condicionantes del tamaño del hotel.

La influencia del alejamiento del Alcázar proviene de la dificultad de construir grandes edificios en el centro histórico de Sevilla cuya trama urbanística ha sufrido pocas transformaciones en relación a lo ocurrido en otras ciudades, aunque si serios ataques a su patrimonio “La ciudad histórica sufrió un profundo proceso de degradación y destrucción física de numerosos edificios del caserío tradicional (muchas casas-palacio) de gran interés patrimonial. Concretamente, de los 684 edificios civiles catalogados como relevantes en 1951, el 25% fueron derribados antes 1984, y un 5% más hasta 1998” (Collantes de Terán y Gómez, 1999, citado en Marchena Gómez & Hernández Martínez, 2016).

3.5 ANÁLISIS CLÚSTER

Para concluir el análisis estadístico se va a proceder a realizar un análisis clúster rápido tal como ofrece el programa SPSS. A tal fin se realizará un análisis clúster con tres variables: Categoría, Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla y Precio habitación estándar doble para el 31 de marzo. El análisis se hará solicitando tres clústeres. Estos análisis nada más que tienen un carácter exploratorio, suponen agrupaciones de hoteles tentativas.

La Tabla 3.18 recoge los datos del análisis en distintas sub-tablas.

Número de casos en cada Clúster

Clúster	1	47
	2	10
	3	31
Válidos		88

Centros de clústeres finales

	Clúster		
	1	2	3
Categoría	4	5	4
Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla	11,4	7,8	8,4
Precio habitación estándar doble para el 31 de marzo	100	372	183

Tabla 3.18 Análisis Clúster rápido con Categoría, Distancia en tiempo (minutos) hasta el Alcázar de Sevilla y Precio habitación estándar doble para el 31 de marzo

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 3.18. los clústeres finales definen tres tipos de agrupaciones de hoteles con distintos precios. Un detalle de la pertenencia de cada hotel a uno u otro clúster se puede ver en el Anexo I. El clúster 1, que reúne a 47 hoteles, corresponde a un tipo de hoteles más alejados del Alcázar (11,4 minutos de media), de 4 estrellas y con un precio medio más ajustado (100€). En el clúster 2, con 10 hoteles en los que predominan los hoteles de 5 estrellas, más cercanos al Alcázar (7,8 minutos de media) y con un precio medio de 372€ que parece influido por la ubicación y la categoría. Por último, el clúster 3, con 31 hoteles en los que predominan también los de

4 estrellas está más cercano al Alcázar que el clúster 1 (8,4 minutos) y su precio también es mayor (183€ de media).

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

4.1 CONCLUSIONES

Como se indicó en el capítulo 1, el objetivo principal del presente trabajo ha sido analizar, de una forma preliminar, los patrones de localización de los hoteles de Sevilla. Para conseguir este objetivo se planteó la necesidad de alcanzar 6 subobjetivos.

En primer lugar, se ha podido identificar 88 hoteles de Sevilla de 3, 4 y 5 estrellas y determinar para los mismos varias variables relacionadas con la localización de los mismos.

Se ha puesto de manifiesto que usando las herramientas actuales de Google Maps es posible medir de forma fácil la distancia de los hoteles a los puntos de interés turístico. Se ha medido la distancia de tres formas: distancia en km usando el medio de transporte más rápido de los hoteles a los sitios de interés, distancia en minutos usando también el medio más rápido y distancia a pie. Se ha comprobado que para el monumento Alcázar de Sevilla existe una correlación negativa estadísticamente significativa entre la distancia y la valoración de la ubicación que realizan los clientes del portal Booking.com. Es decir, a mayor distancia al Alcázar peor valoración de la ubicación. De las tres formas de medir la distancia, la que ofrece una mayor correlación es la distancia a pie en km lo que parece apuntar la idea de que los clientes cuando opinan sobre la ubicación tienen una concepción más espacial que temporal, les influye más la lejanía en km que lo que tardan en llegar al punto de interés. De hecho, la segunda forma con mayor correlación es la distancia en km por el medio más rápido, siendo la tercera, la distancia en tiempo por el medio más rápido, la cual a priori parecía más adecuada, por ser más realista de lo que el trayecto va a suponer al cliente.

Los análisis han puesto de manifiesto que también existe una correlación entre la distancia en tiempo a la Plaza de España y la valoración de la ubicación, aunque en este caso se ha puesto de manifiesto que la cercanía relativa del Alcázar y la Plaza de España puede influir en estos resultados.

Por el contrario, no existe una correlación entre valoración de la ubicación y distancia en tiempo a la Estación de trenes de Santa Justa.

De estos tres sitios de interés turístico ha quedado claro la fuerte influencia en la valoración de la ubicación del Alcázar que comparte espacio y catalogación como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO con la Catedral y el Archivo de Indias.

Sin embargo, también ha quedado de manifiesto que no hay una correlación entre la valoración general o global del hotel y la valoración de la ubicación lo que quiere decir que en la primera pesan más otros factores que la ubicación.

Los análisis han permitido observar que la ubicación de los hoteles de Sevilla tiene una influencia estadísticamente significativa en el precio. A mayor cercanía al Real Alcázar de Sevilla, mayor precio. También se ha determinado que, debido a las características del casco histórico de Sevilla, la ubicación de los hoteles de Sevilla tiene influencia estadísticamente significativa en el número de habitaciones de los hoteles. De esta forma, estar más alejado del Alcázar permite un número de habitaciones mayor. La correlación no es alta porque este monumento y los que le acompañan está situado en el límite sur del casco histórico, relativamente cerca de barrios de reciente desarrollo y no en el centro geográfico de la antigua ciudad amurallada.

También se ha podido agrupar en conglomerados o clúster los hoteles en función de la distancia al Alcázar, la categoría y el precio obteniéndose tres clústeres con distintos centros finales que representan tres tipologías de hoteles.

En conclusión, opinamos que se han cumplido los objetivos planteados, con lo que se ha puesto de relieve el interés de este trabajo para establecer, de forma exploratoria, los patrones de localización de los hoteles de la ciudad de Sevilla

4.2 LIMITACIONES DEL TRABAJO

Una primera limitación del trabajo es que no se ha contado con una lista oficial de hoteles de Sevilla, sino que estos han sido seleccionados a partir de la información presente en Google Maps, lo que puede haber originado alguna ausencia, aunque se haya tratado de ser lo más extensivo posible.

Otra limitación está en el hecho que se ha limitado solo a hoteles de 3 a 5 estrellas cuando en la ciudad existen muchos otros tipos de alojamiento como los hoteles de 1 a 2 estrellas, los apartamentos turísticos, los hostales, *hostels* y albergues etc.

Por otro lado, la originalidad de la metodología seguida impide realizar comparaciones con otros establecimientos de otras ciudades lo que también es una limitación.

También cabe destacar la escasez de estudios de la localización en la industria turística en general y de manera más específica en el sector hotelero. Estos estudios de los patrones de localización de los hoteles en un área geográfica podrían proporcionar importantes beneficios a las empresas hoteleras a la hora de realizar una mejor gestión de sus operaciones en la decisión estratégica de localización. La escasez de este tipo de estudios limita las comparaciones que puedan hacerse y resta posibilidades de extensión de las conclusiones del trabajo. En este sentido, sería aconsejable que se fomentaran las investigaciones en hoteles de diferentes categorías y ciudades, ya que este tipo de estudios aporta información de considerable importancia en el sector hotelero que puede contribuir a mejorar sus procesos.

Por último, destacar el poco material gráfico existente sobre el factor ubicación de los hoteles de España y en este caso, en la ciudad de Sevilla en los últimos años más allá del ofrecido por las aplicaciones de mapas.

4.3 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Como se ha indicado en el apartado anterior, sería de interés repetir el estudio ampliándolo a otros tipos de establecimientos y siendo más exhaustivo a la hora de recoger todos los establecimientos de las categorías elegidas.

También sería posible realizar los análisis clúster con más variables o con variables distintas y profundizar en crear tipologías de hoteles.

Así mismo, sería interesante probar la influencia de otros monumentos o zonas de Sevilla con atractivo turístico como el barrio de Triana, el Museo de Bellas Artes, la zona intramuros de la Macarena etc.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida-García, F., Cortés Macías, R., Gallegos Reina, A., & Schenkel, E. (2018). Patrones de localización y evolución hotelera: el caso de Torremolinos. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (79).
- APD (2020) Análisis del sector hotelero en España, situación y perspectivas tras el COVID. Recuperado por última vez el 19-7-22 de: apd.es/analisis-sector-hotelero-espana-covid/
- Barba E. (2018) La Plaza de España de Sevilla, segundo monumento más espectacular del mundo. ABC de Sevilla 22-5-18. Recuperado el 13-7-22 de https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-plaza-espana-sevilla-segundo-monumento-mas-espectacular-mundo-201805221300_noticia.html
- Domínguez Machuca, J.A.; Álvarez Gil, M.J.; García González, S.; Domínguez Machuca, M.A.; & Ruiz Jiménez, A. (1995): *Dirección de Operaciones: Aspectos estratégicos en la producción y los servicios*. McGraw Hill. Madrid.
- Domínguez-Machuca, J. A., González-Zamora, M.M., & Aguilar-Escobar, V. G. (2007). Service operations management research. *Journal of Operations Management*, 25(3), 585-603.
- El Correo de Andalucía (2021) El casco antiguo de Sevilla, el más grande de España. El Correo de Andalucía 30-7-21. Recuperado el 14-7-22 de <https://elcorreoweb.es/espana/el-casco-antiguo-de-sevilla-el-mas-grande-de-espana-IF7412578>.
- Epdata.es (2022) La ocupación de los hoteles en el municipio, en datos y en gráficos. Epdata.es (Europa Press) 23-06-2022. Recuperado el 19/07/2022 de: <https://www.epdata.es/datos/ocupacion-hotelera-hoteles-datos-graficos-municipios/143/sevilla/6864>
- Fernández, A. (2022) En marcha la maquinaria para implantar la tasa turística en Sevilla. *Diario de Sevilla* 12-7-2022. Recuperado el 12-7-22 de https://www.diariodesevilla.es/sevilla/en-marcha-implantar-tasa-turistica-Sevilla_0_1700830122.html
- Figuerola Palomo, M. (1983). Importancia del turismo en la economía española. *Estudios turísticos*, (80), 21-30.
- González Martínez, I (aut.) & Aguilar-Escobar, V.G.(dir.) (2021) La situación de las grandes empresas hoteleras españolas antes de la pandemia de Covid19.

- Trabajo Fin de Grado inédito. Grado de Turismo. Facultad de Turismo y Finanzas. Universidad de Sevilla. Recuperado el 15-7-22 de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/128376/1/GONZALEZ_MARTINEZ_I%28179%29.pdf?sequence=1
- Lado-Sestayo, R., Otero-González, L., & Vivel-Búa, M. (2014). Impacto de la localización y la estructura de mercado en la rentabilidad de los establecimientos hoteleros. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 41-49.
- Marchena Gómez, M. J., & Hernández Martínez, E. (2016). Sevilla en la primera década del siglo XXI: transformaciones urbanas hacia un nuevo modelo de ciudad. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (70).
- Martínez Miranda, M.D. (2003) Análisis Cluster en SPSS. Departamento de Estadística e I.O. Universidad de Granada. Recuperado por última vez el 19-7-22 de <https://www.ugr.es/~curspsps/archivos/Cluster/cluster>
- Martos, E. (2021). Sevilla vive en octubre el mejor mes turístico desde que comenzó la pandemia. ABC. Recuperado de: https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-sevilla-vive-octubre-mejor-turistico-desde-comenzo-pandemia-coronavirus-202111241857_noticia.html
- Moral Rincón, M. J. (2006). El sector hotelero español. Ejemplo de persistencia de la dualidad entre pequeñas y grandes empresas al tiempo que aumenta la contratación. *Boletín Económico de ICE*, (2884).
- Pazos García–Morales, A. (aut.) & Cortón de las Heras, M.T. (dir.) (2017) La evolución del turismo en España. Trabajo de fin de grado inédito. Grado de Turismo. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación. Universidad de Valladolid
- Pérez Valera, A. B., (aut) & Domínguez Quintero, M. A. (dir) (2021). Análisis estratégico y financiero del Hotel Inglaterra. Trabajo Fin de Grado de Turismo. Facultad de Turismo y Finanzas. Universidad de Sevilla. Recuperado el 19-07-2022 de: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/128491/PEREZ_VALERA_AB%28179%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, B. (2022) Los monumentos más turísticos de Sevilla se recuperaron en 2021. *20 Minutos* 31-1-2022. Recuperado el 30-3-22 de <https://www.20minutos.es/noticia/4948545/0/monumentos-mas-turisticos-sevilla-se-recuperan-2021/>

- Statista Research Department (2022) El sector hotelero en España - Datos estadísticos. Recuperado por última vez el 19-7-22 de <https://es.statista.com/temas/3875/sector-hotelero-en-espana/#dossierKeyfigures>
- UNWTO (2017) El Turismo en la Agenda 2030. Recuperado el 13-7-22 de <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>
- Urtasun Alonso, A. (2001). Estrategias de localización, posicionamiento de producto y afiliación a una cadena. Aplicación al sector hotelero español. Tesis doctoral. Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado el 13-7-22 de: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/11693>
- Velasco López, E. (aut). & Aguilar-Escobar, V. (dir.) (2018). Factores determinantes de la valoración de los hoteles de Sevilla en la web Booking.com. Trabajo Fin de Grado inédito. Facultad de Turismo y Finanzas. Universidad de Sevilla.
- Villar Lama, A.; Fernández Tabales, A. (2017). Reconstruir la historia del turismo a través de la prensa: la evolución del espacio turístico de Sevilla (1915-2015). *Cuadernos Geográficos*, 56(1), 290-321.

Anexo I Clúster de pertenencia de los hoteles de Sevilla

Clúster de pertenencia				
Número del caso	Nombre del Hotel	Categoría	Clúster	Distancia
1	HOTEL ALCÁZAR	3	1	15,265
2	H10 CORREGIDOR BOUTIQUE	3	1	3,674
3	ADRIANO BOUTIQUE HOTEL	3	1	9,267
4	HOTEL AMÉRICA SEVILLA	3	1	31,674
5	HOTEL PLAZA SANTA LUCÍA	3	1	29,696
6	HOTEL DON PACO	3	1	6,571
7	AACR HOTEL MONTEOLIVOS	3	1	29,407
8	LAS CASAS DE LOS MERCADERES	3	1	18,821
9	HOTEL ABANICO	3	1	28,663
10	HOTEL AACR MUSEO	3	1	38,875
11	HOTEL REYES CATÓLICOS	3	1	9,963
12	HOTEL BOUTIQUE PLAZA ELVIRA	3	3	25,414
13	SACRISTÍA DE SANTA ANA	3	3	16,282
14	PETIT PALACE PUERTA DE TRIANA	3	3	29,203
15	CASONA DE SAN ANDRÉS	3	1	8,546
16	SOHO BOUTIQUE SEVILLA	3	3	37,971
17	HOTEL BOUTIQUE CASAS DE SANTA CRUZ	3	1	13,763
18	HOTEL ÍTACA ARTEMISA	3	1	12,662
19	HOTEL SERCOTEL DOÑA CARMELA	3	1	38,656
20	EUROSTARS REGINA	3	3	19,088

Clúster de pertenencia				
Número del caso	Nombre del Hotel	Categoría	Clúster	Distancia
21	HOTEL DUQUESA	3	1	41,397
22	HOTEL VENECIA	3	1	27,384
23	HOTEL SAN PABLO SEVILLA	3	1	18,553
24	HOTEL PALACE SEVILLA	3	1	20,388
25	HOTEL CONVENTO LA GLORIA	3	1	18,742
26	CATALONIA HISPALIS	3	1	28,425
27	HOTEL PLAZA SEVILLA	3	1	35,533
28	ITACA SEVILLA	3	3	34,024
29	BELLAVISTA SEVILLA	3	1	30,356
30	ALCOBA DEL REY DE SEVILLA	3	3	7,822
31	PALACIO PINELLO	4	3	16,390
32	M.A. HOTEL CONGRESOS SEVILLA	4	1	36,630
33	HOTEL PASARELA	4	1	4,290
34	CATALONIA SANTA JUSTA	4	1	17,713
35	VINCCI LA RABIDA	4	3	34,990
36	HOTEL CERVANTES	4	1	27,682
37	HOTEL VIRGEN DE LOS REYES	4	1	16,594
38	SOHO BOUTIQUE CATEDRAL	4	3	28,353
39	MONTE TRIANA	4	1	16,691
40	HOTEL EXE ISLA CARTUJA	4	1	23,436
41	HOTEL ATENEO SEVILLA	4	1	19,813
42	HOTEL MACIÀ SEVILLA KUBB	4	1	12,856

Clúster de pertenencia				
Número del caso	Nombre del Hotel	Categoría	Clúster	Distancia
43	HOTEL MONTE CARMELO	4	1	7,052
44	AYRE HOTEL SEVILLA	4	1	32,740
45	RIBERA DE TRIANA HOTEL	4	1	31,661
46	HOTEL BÉCQUER	4	1	16,877
47	HILTON GARDEN INN SEVILLA	4	1	14,282
48	AC HOTEL SEVILLA FÓRUM BY MARRIOT	4	1	22,780
49	HOTEL ZENIT SEVILLA	4	1	18,164
50	NH SEVILLA PLAZA DE ARMAS	4	3	24,011
51	OCCIDENTAL SEVILLA HOTEL	4	3	12,257
52	HOTEL HESPERIA SEVILLA	4	3	13,334
53	HOTEL LAS CASAS DE LAS JUDERÍAS	4	3	7,285
54	HOTEL CATALONIA GIRALDA	4	3	16,945
55	HOTEL SEVILLA CENTER	4	2	44,804
56	EUROSTARS GUADALQUIVIR	4	1	31,634
57	EXE SEVILLA MACARENA	4	1	21,796
58	HOTEL POSADA DEL LUCERO	4	3	29,967
59	HOTEL EXE SEVILLA PALMERA	4	1	8,414
60	HOTEL MELIA LEBREROS	4	3	33,058
61	HOTEL CASA DE INDIAS BY INTURR	4	3	12,661
62	HOTEL ALABARDERO	4	1	17,792
63	HOTEL FERNANDO III	4	3	21,135
64	HOTEL SAN GIL	4	1	4,033

Clúster de pertenencia				
Número del caso	Nombre del Hotel	Categoría	Clúster	Distancia
65	PETIT PALACE MARQUES DE SANTA ANA	4	3	37,138
66	HOTEL PALACIO ALCÁZAR	4	1	13,431
67	HOTEL CASA IMPERIAL	4	1	27,733
68	HOTEL CETINA SEVILLA	4	3	3,068
69	EUROSTARS SEVILLA BOUTIQUE	4	3	32,415
70	HOTEL CASA DEL POETA	4	2	60,268
71	HOTEL KIVIR	4	3	44,074
72	HALO BOUTIQUE HOTEL	4	3	62,243
73	HOTEL LAS CASAS DE EL ARENAL	4	3	48,139
74	HOTEL HOSPES LAS CASAS DEL REY DE BAEZA	4	3	73,058
75	HOTEL GRAVINA 51	4	2	51,804
76	HOTEL INGLATERRA	4	1	34,904
77	HOTEL CASA 1800 SEVILLA	4	3	76,278
78	HOTEL PETIT PALACE SANTA CRUZ	4	3	8,146
79	HOTEL AMADEUS SEVILLA	4	3	73,111
80	HOTEL PLÁCIDO Y GRATA	4	3	68,256
81	HOTEL LEGADO ALCAZAR	4	2	23,534
82	EUROSTARS TORRE SEVILLA	5	3	25,434
83	HOTEL UNUK	5	2	20,061
84	RADDISON COLLECTION HOTEL	5	2	45,994
85	HOTEL EME CATEDRAL	5	2	81,942

Clúster de pertenencia				
Número del caso	Nombre del Hotel	Categoría	Clúster	Distancia
86	HOTEL COLÓN GRAN MELIÁ	5	2	17,019
87	HOTEL MERCER SEVILLA	5	2	78,205
88	HOTEL PALACIO VILLAPANÉS	5	2	112,207