



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

Patrones de localización de los hoteles del centro de Barcelona

Trabajo Fin de Grado presentado por Sebastián Tenorio Gil, 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. Sebastián Tenorio Gil

Sevilla. mayo de 2024



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2023-2024]

TÍTULO:

PATRONES DE LOCALIZACIÓN DE LOS HOTELES DEL CENTRO DE BARCELONA

AUTOR:

SEBASTIÁN TENORIO GIL

TUTOR:

DR. D. VÍCTOR G. AGUILAR ESCOBAR

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA FINANCIERA Y DIRECCIÓN DE OPERACIONES

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

RESUMEN:

La decisión de localización es crucial en cualquier empresa, especialmente en las de los servicios donde el cliente acude a la instalación, como es el caso de la actividad hotelera. Este trabajo analiza los patrones de localización de los hoteles en Barcelona en los distritos centrales de Ciutat Vella y L'Eixample. Se ha seleccionado una muestra de 151 hoteles de 3 a 5 estrellas. Para determinar las variables que influyen en la valoración de la ubicación por los clientes y, por tanto, condicionan la localización, se ha recopilado información sobre las principales características de los hoteles (categoría, número de habitaciones, precio, valoraciones, etc.). También se han obtenido datos sobre la distancia a pie y tiempo de desplazamiento más corto de los hoteles a cuatro sitios turísticos clave en Barcelona: Plaza de Cataluña, Sagrada Familia, La Pedrera y Parque Güell. Con estos datos y utilizando técnicas estadísticas, se ha intentado determinar la influencia de la distancia a estos sitios en la valoración de la ubicación de los hoteles en Booking.com y en el precio de las habitaciones. Los resultados indican que existe una correlación inversa y estadísticamente significativa entre la distancia a pie y el tiempo de desplazamiento a los cuatro sitios claves, aunque con muy diferente coeficiente de correlación.

PALABRAS CLAVE:

Hoteles; Barcelona; 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	10
1.6. ESTRUCTURA DEL TRABAJO	10
CAPÍTULO 2. EL SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA Y BARCELONA	11
2.1. EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL	11
2.1.1 Evolución del sector hotelero español	11
2.1.2 Estado actual del sector hotelero español	12
2.2 EL SECTOR HOTELERO EN BARCELONA	13
CAPÍTULO 3. RESULTADOS	15
3.1. VARIABLES CARACTERIZADORAS DE LOS HOTELES: CATEGORÍA, DISTRITOS Y NÚMERO DE HABITACIONES	15
3.1.1. Número de hoteles por categoría y distrito	16
3.1.2. Número de habitaciones por categoría	16
3.2. ANÁLISIS DE LAS DISTANCIAS DE LOS HOTELES A LOS SITIOS DE INTERÉS TURÍSTICO Y CORRELACIONES.	18
3.2.1. Distancia a pie en kilómetros hasta los 4 sitios de interés turístico escogidos.	18
3.2.2. Distancia en tiempo más corto a los 4 sitios de interés turístico escogidos.	20
3.2.3. Valoración general y de la ubicación de los hoteles en la web Booking.com	22
3.2.4 Correlación entre la distancia a pie en kilómetros a la Plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación del hotel en la web de Booking.com	23
3.2.5 Histograma y curva normal de “Distancia a pie en kilómetros a Plaza de Cataluña”	24
3.2.6. Correlación entre el tiempo más corto desde los hoteles a plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación en Booking.com.	25
3.2.7 Histograma y curva normal de “Tiempo más corto en minutos a Plaza de Cataluña”	26

3.2.8	Correlación entre el tiempo más corto a Plaza de Cataluña y la distancia a pie en kilómetros a Plaza de Cataluña	27
3.2.9	Correlación entre la distancia a pie en kilómetros a la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en la web de Booking.com	28
3.2.10	Correlación entre el tiempo más corto hasta la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en la web de Booking.com	29
3.2.11	Correlación entre la distancia a pie en kilómetros a La Pedrera y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	29
3.2.12	Correlación entre el tiempo más corto a La Pedrera y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	30
3.2.13	Correlación entre la distancia a pie en kilómetros al Parque Güell y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	31
3.2.14	Correlación entre el tiempo más corto al Parque Güell y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	31
3.2.15	Correlación entre la valoración de la ubicación y la valoración general del hotel en Booking.com	32
3.3.	ANÁLISIS Y CORRELACIONES ENTRE EL PRECIO DE UNA HABITACIÓN Y LAS DISTINTAS VARIABLES ESTUDIADAS	33
3.3.1.	Estadísticos descriptivos del precio de una habitación estándar doble para el 07/05/2024 en los hoteles estudiados	33
3.3.2.	Correlación entre el precio de una habitación y la distancia a algún sitio de interés turístico.....	33
3.3.3.	Correlación entre el precio de una habitación y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com.....	34
3.3.4.	Correlación entre el precio de una habitación y la categoría (estrellas) de los hoteles.....	35
 CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES		 36
4.1.	CONCLUSIONES	36
4.2.	LIMITACIONES DEL TRABAJO.....	37
4.3.	FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	37
 BIBLIOGRAFÍA.....		 38

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN AL TRABAJO

En cierta ocasión le preguntaron a Conrad Hilton, fundador de la cadena de hoteles Hilton, cuáles eran las tres claves para el éxito de sus hoteles. “Localización, localización y localización” contestó como única respuesta (ABC, 2012). Esta anécdota refleja de una forma explícita la gran importancia que tiene la ubicación en el sector hotelero.

En el año 2022, en el Grado en Turismo de la Universidad de Sevilla, el alumno Mario Valle Cordero (dirigido por el tutor Dr. D. Víctor G. Aguilar Escobar) realizó un Trabajo de Fin de Grado titulado “*Patrones de localización de los hoteles en Sevilla*” (Valle-Cordero, 2022). Este trabajo estudió que patrones de localización tenían los hoteles en la ciudad de Sevilla, es decir, que sitios de interés turístico influían más en la valoración que los clientes hacían de la ubicación del hotel y que influencia tenía la distancia o el tiempo de desplazamiento en el precio de las habitaciones de cada hotel, entre otras cosas. Adicionalmente, el trabajo citado proponía, en las futuras líneas de investigación, realizar estudios similares en otras ciudades. Por todo ello y teniendo en cuenta la importancia que tiene la localización, en este trabajo se realiza un estudio similar de los patrones de localización de la ciudad de Barcelona.

Según un artículo publicado en la revista digital Hosteltur en el año 2023 (González, 2023), España contaba con más de 500 municipios que superaban las 1.000 plazas de alojamiento. En Cataluña concretamente, existían 97 municipios con más de 1.000 plazas de alojamiento, sumando entre todos estos municipios 628.532 plazas. En esta comunidad autónoma, el primer puesto en número de plazas de alojamiento turístico lo ocupa Barcelona, ciudad que poseía 126.633 plazas el año anterior. Además, Barcelona es la segunda ciudad española con más plazas de alojamiento, solo por detrás de Madrid (151.627 plazas). Por ello, se ha elegido esta ciudad para este estudio, ya que es una de las principales ciudades turísticas de España y la segunda que más alojamiento turístico ofrece.

Por tanto, este trabajo tiene como objetivo estudiar los patrones de localización de los hoteles de Barcelona; es decir, continuar con el mencionado estudio en otro ámbito geográfico para poder comprobar si se siguen las mismas tendencias o estas pueden cambiar según el lugar donde se realice el estudio.

Sin embargo, debido al gran número de plazas de alojamiento turístico que ofrece la ciudad de Barcelona, se ha tenido que realizar un muestreo de toda la población y se han estudiado tan solo los hoteles de entre 3 y 5 estrellas localizados en los distritos más céntricos de la ciudad, los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample, los cuales además suponen el grueso de esa oferta de alojamientos turísticos. Por ello, hay que aclarar que este estudio se ha centrado solo en una parte de la oferta de plazas de alojamiento turístico de la ciudad, por lo que no representa a toda la oferta barcelonesa.

En los siguientes apartados se tratará sobre la importancia que tiene tanto el turismo como el sector hotelero en la actualidad, y la importancia de las decisiones estratégicas para los establecimientos turísticos, sobre todo de la decisión de localización. Además, se hablará posteriormente de los objetivos del trabajo realizado, se explicará la metodología llevada a cabo y, por último, se describirá la estructura del trabajo.

1.2. IMPORTANCIA DEL TURISMO Y DEL SECTOR HOTELERO

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo), se entiende como turismo al fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a

países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

El fenómeno turístico en España apareció en el siglo XVIII con los famosos viajeros románticos, los cuales llegan a nuestro país, concretamente a la zona de Andalucía, y quedan fascinados con nuestras costumbres, escribiendo así libros y guías de sus viajes a nuestra comunidad. A partir del siglo XIX se desarrolla más el turismo por el norte de España y se empieza a considerar en esta época a España como destino de balnearios. Sin embargo, no será hasta el siglo XX cuando el fenómeno turístico coge fuerza y fama gracias al turismo de sol y playa, instalándose así el turismo de masas en las costas de nuestro país, sobre todo en la mediterránea.

Es un hecho que, hoy en día, y sobre todo en España, el turismo es una de las actividades más importantes para todos los países, en general, por el impacto que supone esta actividad o fenómeno en el PIB, los niveles de empleo, la economía, la conservación de los recursos turísticos, el medioambiente, etc. Aunque sea un fenómeno multidisciplinar, como señala Manuel Figuerola Palomo (1983), “todos o casi todos reconocen el significado y trascendencia del turismo en la economía española”.

Para valorar la importancia que tiene el turismo en nuestra economía Galindo & Calvo (2024), basándose en datos y cálculos realizados por Exceltur y, el turismo supuso para la economía española en el año 2023, en términos cuantitativos, el 12,8% del PIB (lo que equivale a 186.596 millones de euros), alcanzando así el máximo de la serie histórica. Respecto al año 2022, el turismo creció un 13,1% y supuso el 70,8% del crecimiento real de la economía española. Sin ir más lejos, de no ser por el turismo, la economía habría crecido tan solo un 0,8% en 2023 respecto al año 2022, en lugar del 2,4% que se ha estimado desde el Banco de España. Por todo ello, se puede afirmar que España y su economía tienen una gran dependencia del turismo. Es, sin duda, una de las actividades más claves para nuestro país.

En cuanto al sector hotelero, podríamos afirmar que, conociendo los datos anteriores, se trata de un sector clave también para nuestra economía. Y, en efecto, así es. Se le considera una de las principales industrias en el sector turístico y supone una de las principales fuentes de ingresos para este sector. Sin embargo, según Domínguez-Machuca, González-Zamora y Aguilar-Escobar (2007), es un sector que no ha sido estudiado en profundidad y al cual hay que prestarle mucha más atención y realizar más estudios, por lo que se estudiará más en profundidad en apartados posteriores.

1.3. LA IMPORTANCIA DE LA LOCALIZACIÓN COMO DECISIÓN ESTRATÉGICA

Como se ha visto en muchas de las asignaturas que componen el Grado en Turismo de la Universidad de Sevilla, la dirección estratégica es un proceso mediante el cual una empresa identifica su misión y sus objetivos; realiza un análisis estratégico de sus debilidades y fortalezas internas, busca oportunidades e identifica amenazas en el entorno; elige la estrategia que va a llevar a cabo para alcanzar sus metas de la mejor forma posible, la implanta y la controla en el tiempo, evitando así posibles desviaciones.

Sin embargo, este proceso de dirección estratégica está basado a su vez en decisiones estratégicas. Existen numerosas decisiones estratégicas en todas las empresas en general, pero en el sector turístico hay ciertas decisiones que tienen una importancia especial frente a otros sectores ya que van a ser determinantes en el éxito de la empresa en cuestión.

Este es el caso de la decisión estratégica de localización. La localización y, por ende, la decisión de localización en una empresa turística tiene especial importancia en las estrategias y el futuro de la misma ya que puede llegar a ser una ventaja competitiva

respecto a otras empresas, una barrera de entrada para competidores potenciales o una barrera de salida muy grande si no se decide de forma correcta.

Sin embargo, aunque se trate de una decisión importante, la localización de las empresas turísticas es un proceso muy complejo que requiere un adecuado análisis de todas las variedades de factores geográficos, económicos, sociales y de mercado existentes, por lo que las empresas utilizan numerosas herramientas que buscan evaluar y seleccionar su ubicación óptima, como, por ejemplo, los SIG (Sistemas de Información Geográfica) (Goodchild, 2010). Además, desde el punto de vista de la Dirección de Operaciones, la localización de organizaciones turísticas se centra en la selección de la estrategia de la ubicación del hotel basándose en factores como la accesibilidad, la cercanía a atracciones turísticas, los costes, la competencia, etc.

En el campo turístico, la decisión de localización se basa los atractivos del área elegida, es decir, las empresas turísticas se deben localizar en áreas con una afluencia de visitantes considerable para tener éxito (Cárdenas Tabares, 2006). Además, según aseguran Lado-Sestayo, Otero-González & Vivel-Búa (2014), “entre los principales determinantes de la rentabilidad de los hoteles se encuentra su localización. En consecuencia, y dado el carácter estratégico de dichas decisiones, de su correcta elección depende fuertemente el éxito empresarial”.

Generalmente, la decisión de localización suele tomarse pocas veces en la vida de las organizaciones turísticas, lo que refuerza su importancia estratégica. Se trata de una decisión difícilmente retornable y crucial para la estrategia de las empresas, por lo que los estudios, análisis y proceso de elección deben ser adecuados. Según Domínguez Machuca et al. (1995), existen 2 factores fundamentales en los que reside la importancia de esta decisión de localización, los cuales son:

- 1) Supone una inmovilización de los recursos financieros, sobre todo cuando se adquiere un local en propiedad. Por ello, los hoteles y las empresas turísticas en general tienden cada vez más a elegir alquileres o cesiones como fórmulas de gestión, ya que de esta manera esta decisión se vuelve menos rígida.
- 2) La localización va a afectar a la capacidad competitiva de la empresa, es decir, a la capacidad de atraer clientes.

1.4. OBJETIVOS DEL TRABAJO

Los principales objetivos del trabajo son analizar de forma preliminar los patrones de localización de los hoteles situados en los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample de Barcelona y el impacto que pueden llegar a tener estos patrones en los mencionados hoteles y sus clientes. Para alcanzar estos objetivos se necesita alcanzar previamente unos subobjetivos, los cuales son:

- 1) Identificar los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas situados en los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample de la ciudad de Barcelona y determinar las variables de interés respecto a la localización de éstos.
- 2) Seleccionar varios sitios de interés turístico de la ciudad considerados como claves y averiguar cuál o cuáles tienen una mayor influencia en la valoración de la ubicación de los hoteles de la ciudad de Barcelona que expresan los clientes de la web Booking.com.
- 3) Determinar una forma de calcular la distancia desde los hoteles a los sitios de interés turístico tiene mayor interés y explicar por qué se ha elegido.
- 4) Analizar y observar si la ubicación de los hoteles en estos 2 distritos barceloneses afecta significativamente al precio de sus habitaciones.
- 5) Analizar y observar si la ubicación de los hoteles en estos 2 distritos barceloneses puede llegar a afectar en el número de habitaciones de cada hotel.

1.5. METODOLOGÍA

En la explicación metodológica se van a distinguir dos partes: por un lado, la obtención de datos y explicación de las variables elegidas y, por otro lado, los análisis estadísticos llevados a cabo.

1.5.1. Elección de variables y obtención de datos

Para la realización de este estudio se ha utilizado una hoja de cálculo Excel la cual contiene la última lista oficial publicada por el propio Ayuntamiento de Barcelona, con fecha en 2020, en la que se detallan todos los establecimientos hoteleros de la ciudad clasificados por categoría y distritos (Ayuntamiento de Barcelona, 2020).

La tabla 1.1. recoge información sobre los hoteles de Barcelona por categoría y distrito. En total Barcelona cuenta con 442 hoteles según la web citada.

Distritos	Hotel 1 estr.	Hotel 2 estr.	Hotel 3 estr.	Hotel 4 estr.	Hotel 5 estr.	Total general	% s/Total	Solo 3, 4 y 5 *	% s/Total
Ciutat Vella	18	14	51	37	16	136	30,8%	104	29,5%
Eixample	12	19	41	77	17	166	37,6%	135	38,4%
Gràcia	2	1	2	3	1	9	2,0%	6	1,7%
Horta-Guinardó	2	3		2		7	1,6%	2	0,6%
Les Corts		2	2	12	3	19	4,3%	17	4,8%
Nou Barris		1				1	0,2%	0	0,0%
Sant Andreu			2			2	0,5%	2	0,6%
Sant Martí	3	4	6	27	1	41	9,3%	34	9,7%
Sants-Montjuïc	2	2	6	13	2	25	5,7%	21	6,0%
Sarrià-Sant Gervasi		5	11	16	4	36	8,1%	31	8,8%
Total general	39	51	121	187	44	442	100%	352	1

Tabla 1.1. Establecimientos hoteleros de Barcelona por categoría y distrito

Fuente: Elaboración propia a partir de Ayuntamiento de Barcelona (2020)

Este número de hoteles era excesivo para el estudio por lo que se hizo necesario escoger una muestra de los mismos.

En primer lugar, se escogieron solamente los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas (352 hoteles) ya que suponían el grueso de los establecimientos hoteleros de la ciudad y eran las mismas categorías usadas en Valle Cordero (2022) lo que facilitaba la comparación.

A continuación, se hizo un estudio de lo que representaba cada distrito en el total de hoteles de la ciudad y se eligieron finalmente los distritos que más establecimientos hoteleros tenían en su territorio que también era los que tenían una posición más central. Estos eran los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample, los cuales suponían en conjunto el 67,9% de los hoteles de las mencionadas categorías de toda Barcelona. La ilustración 1.1. representa gráficamente los distritos de Barcelona.



Ilustración 1.1. Mapa de Barcelona por distritos

Fuente: Ayuntamiento de Barcelona

No obstante, esta muestra seguía siendo demasiado amplia ya que se contaba con 239 hoteles. Para que la muestra fuera representativa y en base a normas de muestreo generalmente aceptadas (González Rodríguez et al., 2013), se determinó que cada muestra de cada estrato poblacional debería contar con al menos 30 individuos. Lógicamente, si el estrato tiene menos de 30 individuos se escoge toda la población. La Tabla 1.2. recoge las muestras seleccionadas por categoría y distrito para que fueran representativas.

Distritos y categoría	Nº de hoteles	Muestra
Ciutat Vella	104	
Hotels 3 estr.	51	30
Hotels 4 estr.	37	30
Hotels 5 estr.	16	16
Eixample	135	
Hotels 3 estr.	41	30
Hotels 4 estr.	77	30
Hotels 5 estr.	17	17
Total general	239	153

Tabla1.2. Tamaños muestrales por categoría y distrito

Fuente: Elaboración propia.

Para seleccionar los hoteles a analizar cuando el número de hoteles por categoría y distrito es superior a 30 se ha realizado una selección aleatoria consistente en:

- Para el distrito de Ciutat Vella y la categoría de 3 estrellas había que coger 3 hoteles de cada 5. Por lo tanto, le pedimos a la función Excel “aleatorio entre” que devolviera un número entre 1 y 5. Los que tuvieran un número de entre 1,2 y 3 fueron seleccionados. Los 4 y 5 fueron descartados.
- Para el distrito de Ciutat Vella y la categoría de 4 estrellas había que coger 30 hoteles de 37. Por lo tanto, le pedimos a la función Excel “aleatorio entre” que devolviera un número entre 0 y 37. Los que tuvieran número inferior o igual a 30 fueron seleccionados. Los superiores a 30 fueron descartados.
- Para el distrito de L’Eixample y la categoría de 3 estrellas teníamos que coger 30 de 41. Por lo tanto, le pedimos a la función Excel “aleatorio entre” que devolviera un número entre 0 y 41 y descartamos los hoteles con número superior a 30.
- Para el distrito de L’Eixample y la categoría de 4 estrellas teníamos que coger 30 de 77. Por lo tanto, le pedimos a la función Excel “aleatorio entre” que devolviera un número entre 0 y 77 y descartamos los hoteles con número superior a 30.

Así, se obtuvo finalmente una muestra de 153 hoteles de 3, 4 y 5 estrellas de los distritos de Ciutat Vella y L’Eixample de la ciudad de Barcelona.

Distritos y categorías	No seleccionados	Seleccionados	Total general
Ciutat Vella	28	76	104
Hotels 3 estr.	21	30	51
Hotels 4 estr.	7	30	37
Hotels 5 estr.		16	16
Eixample	58	77	135
Hotels 3 estr.	11	30	41
Hotels 4 estr.	47	30	77
Hotels 5 estr.		17	17
Total general	86	153	239

Tabla 1.3. Hoteles seleccionados y no seleccionados

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, debido a que la lista utilizada del Ayuntamiento de Barcelona no está completamente actualizada, algunos hoteles de los seleccionados aleatoriamente se encontraban cerrados y/o no aparecían en la página web de Booking.com, por lo que impedían el correcto estudio de los mismos. Por ello, los hoteles que presentaban dichos problemas se sustituyeron siempre que fue posible por otros al azar que no habían sido seleccionados anteriormente. Aun así, se tuvieron que eliminar 2 hoteles ya que pertenecían a los hoteles de 5 estrellas en los que no existía la posibilidad de sustituirlos al estudiar toda la población, pasando a ser la muestra de 151 hoteles de 3, 4 y 5 estrellas de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample de la ciudad de Barcelona (ver Tabla 1.4.), en lugar de los 153 estudiados anteriormente.

Categoría	Ciutat Vella	Eixample	Total general
3 estrellas	30	30	60
4 estrellas	30	30	60
5 estrellas	15	16	31
Total general	75	76	151

Tabla 1.4. Muestras finales tras la eliminación de 2 hoteles de 5 estrellas

Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenidos los hoteles a analizar, se eligieron 4 sitios de interés turístico de la ciudad de Barcelona, los cuales fueron la Plaza de Cataluña, la Sagrada Familia, la Casa Milà (La Pedrera) y el Parque Güell. Estos sitios aparecen como lugares de interés turístico en varias guías web de Barcelona¹ y están suficientemente alejados entre sí como para que tenga sentido observar su grado de atracción turística. Para analizar las distancias a estos sitios de interés turísticos y los medios de transporte más rápidos se utilizó la herramienta Google Maps.

La elección de estos 4 sitios se basó en un estudio de los sitios más visitados y con más impacto turístico de la ciudad de Barcelona. Cabe destacar que tanto la Sagrada Familia como el Parque Güell o Casa Milà (La Pedrera), pertenecen a las obras de Antoni Gaudí inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial en 1984 por la UNESCO, por lo que tienen

¹ Ver por ejemplo <https://www.barcelo.com/guia-turismo/es/espana/barcelona/que-ver/que-visitar-en-barcelona/>

gran importancia turística en la ciudad. Además, según los últimos datos oficiales, la Sagrada Familia fue el monumento más visitado de la ciudad condal en 2023 con 4.707.367 visitantes, un 24% más respecto al año anterior y llegando casi a alcanzar las cifras del año 2019, cifras récord con 4.717.881 turistas. El Parque Güell se sitúa en segunda posición en cuanto a visitas con algo menos de 4 millones y medio de visitantes (4.473.470 turistas). Por último, la Plaza de Cataluña tiene una grandísima importancia en términos de localización ya que se le considera el centro de la ciudad de Barcelona y está muy cercana a sitios de gran atractivo turístico como Las Ramblas o el mercado de la Boquería.

Para el cálculo de las distancias entre los hoteles y los sitios de interés turístico se ha utilizado la herramienta Google Maps, calculando así la distancia en tiempo y en kilómetros tanto a pie como en transporte público a cada sitio, lo que nos ha permitido observar cuál era el medio más rápido en cada caso.

1.5.2. Análisis estadístico

El análisis estadístico se ha realizado mediante el programa estadístico SPSS versión 25 de IBM, en el cual se han volcado los datos recopilados en una hoja de cálculo Excel.

Gracias a la ayuda tanto de esta herramienta como del tutor del TFG, se han realizado los siguientes análisis:

- Estadísticos descriptivos de las variables numéricas (nº de habitaciones, distancias, valoraciones, precios...)
- Frecuencias para algunas variables como el tiempo más corto en llegar a algún sitio de interés turístico.
- Histogramas y curvas de normalidad.
- Correlaciones de Pearson para averiguar si la relación entre dos variables existía y si esta era fuerte y significativa.

1.6. ESTRUCTURA DEL TRABAJO

Este estudio se compone de cuatro capítulos:

- 1) En este primer capítulo se realiza una breve introducción al trabajo, justificando su realización por la importancia del turismo y de la decisión de localización en este fenómeno, fijando los objetivos y subobjetivos del estudio, explicando la metodología y la estructura del trabajo.
- 2) En el segundo capítulo se tratará de dar a conocer un poco más en profundidad el sector hotelero en la ciudad de Barcelona, hablando de su evolución, así como de su situación actual.
- 3) En el tercer capítulo se expondrán los principales resultados obtenidos con este estudio y se explicarán.
- 4) En el cuarto capítulo finalmente se sacarán las conclusiones acerca del estudio realizado y se hablará de las limitaciones y futuras investigaciones que pueden hacerse a partir del mismo.

CAPÍTULO 2. EL SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA Y BARCELONA

En este capítulo expondremos tanto la situación actual como la evolución del sector hotelero español y barcelonés, tratando de poner en contexto el estudio, mostrando así la importancia que este sector supone para nuestro país y su economía.

2.1. EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL

Como ya se mencionó en el capítulo 1, el sector hotelero es considerado como una de las principales industrias en el sector turístico y supone una de las fuentes de ingresos más importantes para este sector, siendo clave en él. Sin embargo, según Domínguez-Machuca, González-Zamora y Aguilar-Escobar (2007), es un sector que no ha sido estudiado en profundidad y al cual hay que prestarle mucha más atención y realizar más investigaciones científicas.

2.1.1 Evolución del sector hotelero español

En España, el sector hotelero comenzó a erguirse como un importante sector a principios del siglo XX, época en la que ya aparecían hoteles en las ciudades costeras o en ciudades que iban a albergar eventos internacionales importantes como puede ser el caso de Sevilla y Barcelona con la Exposición Iberoamericana y la Exposición Internacional, respectivamente, de 1929. Sin embargo, la Guerra Civil paralizó todo el movimiento turístico en España, por lo que no será hasta después de esta cuando el sector hotelero español crezca decididamente.

Así, la década de 1950 supuso para España una época de recuperación tras la guerra. No obstante, tras esta recuperación, en el último tercio del siglo XX se vive un fenómeno conocido como el "boom turístico". Este fenómeno consistió en un desarrollo exponencial y sin precedentes del turismo en nuestro país, el cuál puso al sector hotelero en uno de los subsectores más importante dentro del sector turístico y para la economía española en general. En cifras, se pasó de recibir 1,4 millones de turistas extranjeros en el año 1955 a 6,4 millones sólo 7 años después, en 1962, creciendo así las tasas anuales por encima del 20%. Sin embargo, el tipo de turismo desarrollado en esta época y al cual afectó principalmente el "boom turístico" fue el turismo de sol y playa, haciendo que muchos de los destinos quedaran masificados y obsoletos rápidamente. No fue hasta la década de los 90 cuando se comenzó a desarrollar el turismo cultural en las grandes ciudades de forma más importante, descentralizando la oferta hotelera y desplazándola a estos destinos.

Según muchos expertos, la crisis más importante de este sector se dio en 1992, cuando los hoteles se vieron obligados a bajar considerablemente sus precios debido a la sobrecapacidad que vivían en la época los destinos turísticos de nuestro país. Sin embargo, el sector consiguió recuperarse y, desde entonces hasta la actualidad, el sector ha crecido de nuevo de forma decidida a pesar de haber pasado ya todas las etapas del ciclo de vida de un destino, estableciéndose actualmente en la etapa de madurez.

No obstante, este crecimiento también tiene ciertos aspectos negativos para los hoteles. Se ha tendido a crear hoteles de una categoría media-alta, suponiendo esto una gran contrariedad para los hoteles de categorías medias-bajas, los cuales han visto mermados sus resultados y rendimientos, llegando muchos incluso a desaparecer debido a las preferencias de los turistas, los cuales buscan la comodidad de los hoteles con categorías más altas.

2.1.2 Estado actual del sector hotelero español

Actualmente, el sector hotelero es uno de los principales motores de la economía de España. De hecho, la mayoría de los turistas internacionales que llegan a nuestro país se alojan en este tipo de alojamiento turístico, por lo que el sector no deja de crecer.

Sin embargo, la pandemia mundial sufrida por el COVID-19 supuso un fuerte impacto para el sector turístico debido al confinamiento y las posteriores restricciones de movilidad internacional desde 2020 hasta bien entrado el año 2021. En este periodo, el sector hotelero fue uno de los subsectores que más sufrió dentro del turismo, llegando muchas empresas y hoteles a verse obligados a cerrar e incluso desaparecer.

No obstante, a finales de 2021 y, sobre todo en 2022, tras la pandemia, se comenzaron a recuperar los datos turísticos alcanzados en el año 2019, año récord en cuanto a números turísticos. Tal fue la recuperación que en el año 2023 España volvió a batir récord de turismo con 112 millones de llegadas de turistas, superando así las cifras de 2019 y creciendo un 9% respecto al año anterior (2022).

En 2023 se abrieron en España un total de 174 hoteles nuevos, suponiendo más de 21.000 plazas hoteleras nuevas.

La tabla 2.1 muestra los últimos datos recogidos por el INE en relación al sector hotelero español, los cuales datan del mes de marzo de 2024.

	Total categorías
	Marzo 2024
Número de establecimientos abiertos estimados	13.851
Número de habitaciones estimadas	670.618
Número de plazas estimadas	1.417.733
Grado de ocupación por plazas	55,12%
Grado de ocupación por plazas en fin de semana	60,83%
Grado de ocupación por habitaciones	64,33%
Personal empleado	207.721

Tabla 2.1. Datos del sector hotelero español en marzo de 2024

Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística) (2024)

En la tabla 2.1 se observa que, según los últimos datos del INE (Instituto Nacional de Estadística), se estima que en el mes de marzo de 2024 hubiera 13.851 establecimientos hoteleros, con 670.618 habitaciones en total en toda España y 1.417.733 plazas. Además, se cree que el total de empleados en el sector asciende a 207.721 personas y que el grado de ocupación general por plazas se situó en el 55.12%. No obstante, hay que destacar que, al no tratarse de temporada alta en muchas zonas del país, muchos hoteles se encontraban cerrados. Por ejemplo, el turismo de sol y playa en nuestro país da sus mejores resultados en la época de verano, por lo que muchas

empresas deciden cesar su actividad durante el invierno ya que no es rentable para ellas. Así, el mes en el que, según el INE, se registraron los mejores datos en cuanto a establecimientos hoteleros el pasado año fue el mes de julio, en el que se estima que hubo 16.667 hoteles abiertos, los cuales ofertaban un total de casi 1.900.000 plazas aproximadamente. Además, se llegó a un máximo de más de 300.000 personas empleadas en este sector y se alcanzó cerca del 75% de la ocupación.

2.2 EL SECTOR HOTELERO EN BARCELONA

La ciudad de Barcelona siempre ha sido de las más turísticas de España, alternando prácticamente el primer y segundo puesto con Madrid, por lo que será interesante conocer su situación actual antes de adentrarnos en los estudios del mismo.

Según las Estadísticas de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), el pasado año (2023) llegaron a España un total de 85.169.050 turistas internacionales, de los cuales más de 18 millones visitaron Cataluña, situándose en el primer puesto en cuanto a comunidades más visitadas.

Además, según el Observatorio de Turismo de Barcelona, la ciudad recibió un total de 15,6 MM de turistas tanto nacionales como internacionales.

Este número de llegadas tan elevado supuso un impacto económico estimado del gasto directo de los turistas de 12.750 MM de € en el Destino Barcelona en general, de los cuales 9.676 MM de € corresponden al gasto directo de los turistas en la ciudad de Barcelona.

En cuanto a los establecimientos hoteleros de la ciudad, actualmente (marzo de 2024) existen 673 hoteles abiertos que ofrecen un total de 86.622 plazas de alojamiento turístico y dan empleo a 14.725 personas. La ocupación hotelera para este mes fue de un 67% aproximadamente.

El Gráfico 2.1. recoge el grado de ocupación hotelera de Barcelona desde Febrero de 2021 a Marzo de 2024

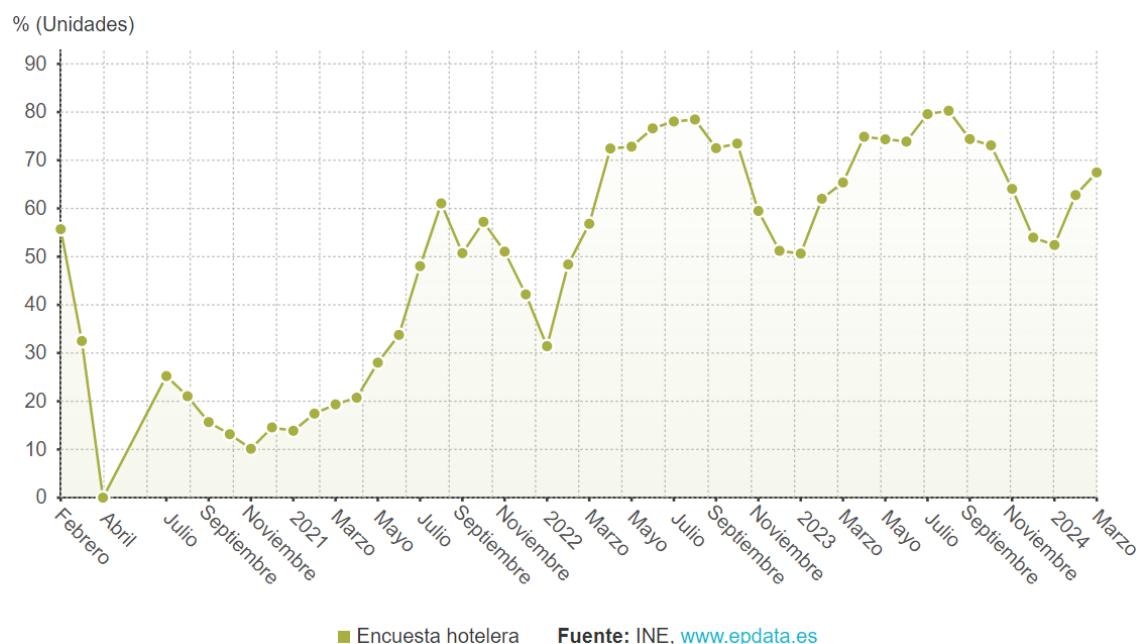


Gráfico 2.1. Grado de ocupación hotelera en Barcelona desde febrero de 2020 a marzo de 2024.

Fuente: Epdata.es (2024)

En el gráfico 2.1 podemos observar cómo ha evolucionado el grado de ocupación hotelera en Barcelona desde 2021, época en la que la ocupación llega al 0% debido a la pandemia por el COVID-19, pero que sin embargo se recupera durante el 2022 y comienza a alcanzar cifras normales de nuevo en 2023.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS

En este tercer capítulo analizaremos los resultados obtenidos en el análisis estadístico realizado a partir de ciertas variables recogidas de los hoteles de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample, en la ciudad de Barcelona.

Además de las variables analizadas, se han recogido otras que ya venían incluidas en la lista oficial del Ayuntamiento de Barcelona pero que no se han usado en el análisis estadístico, como pueden ser el domicilio de los hoteles (calle y número), código postal, teléfono, fecha de registro y última modificación del mismo, etc.

Las variables utilizadas para este análisis fueron las siguientes:

- Categoría del hotel (número de estrellas)
- Distrito en el que se encuentra el hotel.
- Precio de una habitación estándar doble en la página web de Booking.com (o en su defecto en Google Maps) para el 7 de mayo o siguiente fecha libre, buscando siempre el precio más económico (habitación doble estándar sin desayuno).
- Valoración general del hotel en la web Booking.com.
- Valoración de la ubicación del hotel en la web Booking.com.
- Número de habitaciones de cada hotel.
- Distancia a pie (en km) a Plaza de Cataluña.
- Tiempo en minutos andando a Plaza de Cataluña.
- Tiempo en minutos por transporte público a Plaza de Cataluña.
- Tiempo más corto a Plaza de Cataluña (minutos).
- Distancia a pie (en km) a Sagrada Familia.
- Tiempo en minutos andando a Sagrada Familia.
- Tiempo en minutos por transporte público a Sagrada Familia.
- Tiempo más corto a Sagrada Familia (minutos).
- Distancia a pie (en km) a La Pedrera.
- Tiempo en minutos andando a La Pedrera.
- Tiempo en minutos por transporte público a La Pedrera.
- Tiempo más corto a La Pedrera (minutos).
- Distancia a pie (en km) a Parque Güell.
- Tiempo en minutos andando a Parque Güell.
- Tiempo en minutos por transporte público a Parque Güell.
- Tiempo más corto a Parque Güell (minutos).

Los análisis realizados en estas variables numéricas constan de estadísticos descriptivos de las mismas como máximos, mínimos, rangos, media, desviación típica, frecuencias... Además, para analizar la relación entre dos variables se ha utilizado la correlación de Pearson.

3.1. VARIABLES CARACTERIZADORAS DE LOS HOTELES: CATEGORÍA, DISTRITOS Y NÚMERO DE HABITACIONES

Para describir a los hoteles se han utilizado 3 variables en este estudio como son la categoría, los distritos en los que se encuentran y el número de habitaciones que poseen.

La variable "categoría" es una variable nominal o cuantitativa ya que toma 3 posibles valores: 3, 4 o 5; mientras que la variable "distrito" es cualitativa debido a que no es un valor numérico. La variable "número de habitaciones" también es una variable cuantitativa que podrá tomar distintos valores.

3.1.1. Número de hoteles por categoría y distrito

En la siguiente tabla (Tabla 3.1), se recoge el número de hoteles analizados por categoría y distrito, siendo esta 151 finalmente debido a que, como se ha explicado, existían dos hoteles de categoría 5 estrellas que se encontraban cerrados o no aparecían en la web de Booking.com, lo que impedía su correcto análisis con los demás hoteles. Esto llevó a su eliminación y no pudieron ser sustituidos por otro hotel al azar ya que para esta categoría se había seleccionado a toda la población.

La tabla 3.1 muestra el número de hoteles por categoría y distrito estudiados en el trabajo.

Categoría	Ciutat Vella	L'Eixample	Total
3 estrellas	30	30	60
4 estrellas	30	30	60
5 estrellas	15	16	31
Total	75	76	151

Tabla 3.1. Número de hoteles por categoría y distrito

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3.1 se observa que, finalmente, se han analizado las variables de 30 hoteles de 3 estrellas para cada distrito, 30 hoteles de 4 estrellas para cada distrito, 15 hoteles de 5 estrellas en el distrito de Ciutat Vella y 16 hoteles de 5 estrellas en el distrito de L'Eixample. De esta forma, en conjunto se han analizado un total de 60 hoteles de 3 estrellas, 60 hoteles de 4 estrellas y 31 hoteles de 5 estrellas, dando lugar a la cifra total de 151 hoteles.

Por otro lado, independientemente de la categoría, se han analizado un total de 75 hoteles en el distrito de Ciutat Vella y 76 hoteles en el distrito de L'Eixample, llegando a la misma cifra total anterior, 151 hoteles analizados en total.

3.1.2. Número de habitaciones por categoría.

La Tabla 3.2 recoge el número de habitaciones de los hoteles por su categoría y sus estadísticos descriptivos.

Categoría	NÚMERO DE HABITACIONES						
	N	Suma (Σ)	Media (\bar{x})	Desviación típica (σ)	Mínimo	Máximo	Rango
3	60	3.787	63,1	36,9	6	205	199
4	60	5.184	86,4	40,3	6	221	215
5	31	4.254	137,2	122,0	16	494	478
Total	151	13.225	87,6	70,0	6	494	488

Tabla 3.2. Estadísticos descriptivos del número de habitaciones de los hoteles por categoría

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 3.2, existen en total 13.225 plazas en Barcelona, lo que supone una media de 87,6 habitaciones por hotel, siendo 63,1 habitaciones la media en los hoteles de 3 estrellas; 86,4 habitaciones en los hoteles de 4 estrellas y 137,2 habitaciones en los hoteles de 5 estrellas (independientemente del distrito, variable que no se analiza en esta tabla). Por otro lado, estos hoteles presentan una desviación típica muy elevada en cuanto al número de habitaciones, sobre todo en el caso de los hoteles de 5 estrellas. La desviación típica general es de 70, una cifra relativamente cercana a la media de número de habitaciones (87,6 plazas), lo que indica que existe mucha diferencia en los números de habitaciones que presentan los hoteles de Barcelona, es decir, unos hoteles poseen una cantidad muy grande de habitaciones mientras que otros presentan muy pocas habitaciones.

En cuanto al rango, podemos observar que obtiene valores muy altos, llegando a cerca del medio centenar en el total general. Esto confirma la desviación tan elevada obtenida anteriormente ya que, como se ha comentado, existen hoteles muy grandes con muchas habitaciones frente a otros muy pequeños, llegando uno a tener tan solo 6 habitaciones.

Esta diferencia tan grande en el rango o esa desviación típica tan elevada puede llegar a tener una explicación, y es que suele darse el caso en el que los hoteles con menor número de plazas (es decir, los más chicos) son los que se sitúan en el casco histórico de la ciudad, ocupando edificios ya creados y pensados en un principio para viviendas, los cuales no pueden modificar ni ampliar; mientras que los hoteles con mayor número de plazas suelen ser los que se crean en la periferia de la ciudad.

Por ejemplo, los hoteles con menor número de habitaciones del distrito de Ciutat Vella poseen 6 habitaciones y se trata del Aparthotel Duquesa Suites (establecimiento de 4 estrellas situado en la plaza Antonio López) y el Aparthotel Allada (establecimiento de 3 estrellas situado en la calle Allada-Vermell). Ambos están situados en zonas históricas del distrito y en edificios ya creados. Sin embargo, si nos fijamos en el hotel con más habitaciones del mismo distrito (492 habitaciones), el Hotel Arts Barcelona (hotel de 5 estrellas situado en la calle Marina), observamos que se encuentra algo más alejado de la zona céntrica del distrito de Ciutat Vella y que, sobre todo, es un edificio de nueva construcción o construido exclusivamente y desde el principio para el uso hotelero, por lo que se permitió que tuviera una envergadura mucho mayor para poder albergar a un mayor número de turistas.

Sin embargo, no en todas las ocasiones ocurre esto. Por ejemplo, el hotel más pequeño del distrito de L'Eixample cuenta con 6 habitaciones y es el We Boutique Hotel (3 estrellas). Este pequeño hotel se encuentra en la Ronda Sant Pere, una de las primeras calles del distrito, en un edificio notablemente construido en un principio para el uso de la vivienda. En contraposición, encontramos el Hotel Majestic, el cual cuenta con 274 habitaciones y, por tanto, es el hotel con más habitaciones de este distrito. No obstante, este hotel de 5 estrellas que se encuentra en el Paseo de Gracia, una de las principales arterias del distrito de L'Eixample y de la ciudad de Barcelona, no está construido en un edificio en la periferia, sino que se encuentra en pleno corazón del distrito, aunque en este caso su uso fue turístico desde un principio y ha ido ampliándose con los años hasta llegar a lo que hoy es, el hotel más grande del distrito en lo que a número de habitaciones se refiere.

3.2. ANÁLISIS DE LAS DISTANCIAS DE LOS HOTELES A LOS SITIOS DE INTERÉS TURÍSTICO Y CORRELACIONES.

A partir de ahora se realizará el estudio y su correspondiente análisis de la distancia que existe entre los hoteles y los 4 sitios de interés turístico elegidos para este trabajo.

3.2.1. Distancia a pie en kilómetros hasta los 4 sitios de interés turístico escogidos.

De todas las distancias existentes entre los hoteles y los sitios de interés turístico, se ha analizado solo la distancia a pie en kilómetros ya que, gracias al estudio Valle-Cordero (2022) se demostró que las demás distancias no eran significativas.

La Tabla 3.3 muestra los estadísticos descriptivos de la distancia a pie en kilómetros desde los 151 hoteles analizados hasta la Plaza de Cataluña, independientemente de su categoría y distritos.

Distancia a pie en km a Plaza de Cataluña	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	1,084	0,16	3,2	0,645	3,04

Tabla 3.3. Estadísticos descriptivos de la distancia a pie en km desde los hoteles de Ciutat Vella y L'Eixample a Plaza de Cataluña

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.3 se observa en primer lugar que la distancia media entre los hoteles estudiados y la Plaza de Cataluña es de 1,084 kilómetros, siendo 0,16 kilómetros (160 metros) la distancia más corta (Hotel Catalonia Plaça Catalunya), y 3,2 kilómetros la distancia más larga (Hotel W Barcelona). Esto provoca que exista un rango de 3,04 kilómetros entre una distancia y otra. Además, en este caso la desviación típica toma un valor relativamente pequeño, lo que indica que no hay una diferencia muy notoria entre la distancia más lejana y la más cercana a este sitio de interés turístico.

La Tabla 3.4 muestra los estadísticos descriptivos de la distancia a pie en kilómetros desde los 151 hoteles analizados hasta la Sagrada Familia, independientemente de su categoría y distritos.

Distancia a pie en km a Sagrada Familia	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	2,515	0,27	4,7	0,850	4,43

Tabla 3.4. Estadísticos descriptivos de la distancia a pie en km desde los hoteles de Ciutat Vella y L'Eixample a Sagrada Familia

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 3.4, la distancia media desde los hoteles estudiados de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample hasta la Sagrada Familia es de 2,515 kilómetros. En este caso, el hotel más cercano o la distancia mínima a la Sagrada Familia les corresponde a dos hoteles, el Hotel Boutique Hostemplo y el Hotel Ayre Hotel Rossello, situados ambos a 0,27 kilómetros de distancia de la Sagrada Familia. Por otro lado, el hotel más lejano a la Sagrada Familia es, de nuevo, el Hotel W Barcelona, situado a 4,7 kilómetros de la basílica barcelonesa. Estos datos provocan que haya un rango de 4,43 kilómetros entre ambas distancias y una desviación típica de 0,850, lo cual indica que, aunque haya más diferencia en las distancias en este caso respecto al caso de la Plaza de Cataluña, aunque sigue sin ser muy elevada o significativa.

La Tabla 3.5 muestra los estadísticos descriptivos de la distancia a pie en kilómetros desde los 151 hoteles analizados hasta la Casa Milà (La Pedrera), independientemente de su categoría y distritos.

Distancia a pie en km a Casa Milà (La Pedrera)	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	1,668	0,13	4,3	0,774	4,17

Tabla 3.5. Estadísticos descriptivos de la distancia a pie en km desde los hoteles de Ciutat Vella y L'Eixample a La Pedrera

Fuente: Elaboración propia

En el caso de la tabla 3.5, se observa que la media de la distancia entre los hoteles y Casa Milà (La Pedrera) es de 1,668 kilómetros, siendo la distancia mínima de 0,13 kilómetros, tratándose del Hotel The One Barcelona; y la distancia máxima de 4,3 kilómetros, tratándose en este caso del Hotel W Barcelona nuevamente. Esta diferencia de distancia nos deja un rango de 4,17 kilómetros y una desviación típica de 0,774, resultado parecido al caso anterior, pero algo más pequeño, por lo que quiere decir que la diferencia entre las distancias son algo más cortas que en el caso de la Sagrada Familia.

La Tabla 3.6 muestra los estadísticos descriptivos de la distancia a pie en kilómetros desde los 151 hoteles analizados hasta el Parque Güell, independientemente de su categoría y distritos.

Distancia a pie en km a Parque Güell	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	3,99	1,9	6,5	0,871	4,6

Tabla 3.6. Estadísticos descriptivos de la distancia a pie en km desde los hoteles de Ciutat Vella y L'Eixample a Parque Güell

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.6 se puede observar que, en este caso, la distancia media desde los hoteles estudiados hasta el Parque Güell es de 3,99 kilómetros, una distancia bastante más considerable que las anteriores ya que el Parque Güell se encuentra prácticamente en la periferia de la ciudad de Barcelona, en el distrito de Gràcia. El hotel seleccionado más cercano a este sitio de interés turístico es el Hotel Sagrada Familia, el cual se encuentra a 1,9 kilómetros del destino; mientras que el hotel más alejado del Parque Güell es, nuevamente, el Hotel W Barcelona. La diferencia entre estas dos distancias provoca que exista un rango de 4,6 kilómetros entre ellas y una desviación típica de 0,871, dato parecido al caso de la Sagrada Familia, por lo que podemos deducir que, aunque la diferencia sea mayor que en los otros dos casos con menos desviación típica, sigue siendo una diferencia no muy elevada.

Resulta curioso que en todos los casos el hotel más alejado de cada sitio de interés de los 151 hoteles estudiados sea siempre el mismo, el Hotel W Barcelona. Esto es así ya que, aunque pertenece al distrito de Ciutat Vella, este hotel de 5 estrellas se encuentra edificado prácticamente en el mar, incluso más allá de la costa. La edificación de este hotel siempre ha conllevado mucha controversia entre los ciudadanos y habitantes de Barcelona ya que muchos creen que no es legal o ético construir un hotel en ese emplazamiento, pero si de algo no cabe duda es de que eso ha conllevado una decisión estratégica de localización muy importante y estudiada por sus dirigentes.

3.2.2. Distancia en tiempo más corto a los 4 sitios de interés turístico escogidos.

Una vez analizadas las distancias a pie en kilómetros desde los hoteles a cada sitio de interés turístico, es interesante estudiar las distancias en tiempo más corto hasta los mismos, ya que en muchas ocasiones esta variable puede ser distinta a la anterior debido a la posibilidad de que exista un medio más rápido para llegar al destino.

La Tabla 3.7 muestra los estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo más corto desde los hoteles de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample hasta la Plaza de Cataluña.

Distancia en tiempo más corto a Plaza de Cataluña	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	9,609	2	30	4,168	28

Tabla 3.7. Estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo más corto desde los hoteles de Ciutat Vella y L'Eixample a Plaza de Cataluña

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.7 se puede observar que la media de tiempo más corto hasta llegar a la Plaza de Cataluña desde los hoteles estudiados es de 9,609 minutos, siendo el tiempo más corto de 2 minutos (Hotel Boutique H10 Catalunya Plaza y Hotel Catalonia Plaça Catalunya) y el más largo de 30 minutos (Hotel W Barcelona). Esta diferencia provoca que exista un rango de 28 minutos y una desviación típica de 4,168, lo cual indica que, en estos casos, la diferencia comienza a ser más notable y significativa ya que hay alrededor de media hora de diferencia entre el tiempo máximo y mínimo.

La Tabla 3.8 muestra los estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo más corto desde los hoteles de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample hasta la Sagrada Familia.

Distancia en tiempo más corto a Sagrada Familia	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	13,748	3	32	4,093	29

Tabla 3.8. Estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo más corto desde los hoteles de Ciutat Vella y L'Eixample a Sagrada Familia

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.8 se observa que, tras estudiar las 151 distancias más cortas en tiempo, existe una media 13,748 minutos para llegar a la Sagrada Familia. El tiempo mínimo es de 3 minutos y se trata de dos hoteles, el Hotel Boutique Hostemplo y el Hotel Ayre Hotel Rossello; mientras que el tiempo máximo es de 32 minutos y se trata del Hotel W Barcelona. Por ello, obtenemos un rango de 29 minutos entre la distancia máxima y la mínima y una desviación típica de 4,093, resultado muy similar al anterior.

La Tabla 3.9 muestra los estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo más corto desde los hoteles de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample hasta Casa Milà (La Pedrera).

Distancia en tiempo más corto a Casa Milà (La Pedrera)	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	12	1	35	4,451	34

Tabla 3.9. Estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo más corto desde los hoteles de Ciutat Vella y L'Eixample a Casa Milà (La Pedrera)

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla 3.9 se puede observar que, en este caso, el tiempo medio para llegar a Casa Milà (La Pedrera) desde los hoteles analizados es de 12 minutos, siendo el tiempo mínimo de 1 minuto (Hotel The One Barcelona) y el máximo de 35 minutos (Hotel W Barcelona). Esto conlleva que, aunque sigan siendo resultados similares a los casos anteriores, encontremos aquí el rango y la desviación típica más elevados de los 4 casos, siendo el rango de 35 minutos y la desviación típica de 4,451.

La Tabla 3.10 muestra los estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo más corto desde los hoteles de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample hasta el Parque Güell.

Distancia en tiempo más corto a Parque Güell	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	30,609	22	52	4,151	30

Tabla 3.10. Estadísticos descriptivos de la distancia en tiempo más corto desde los hoteles de Ciutat Vella y L'Eixample a Parque Güell

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3.10 muestra que el Parque Güell es considerablemente el destino al que más tiempo se tarda en llegar desde los hoteles estudiados, obteniendo una media de 30,609 minutos de trayecto por el medio más rápido, el cual suele ser en la mayoría de los casos el transporte público debido a la localización de este sitio de interés turístico. El tiempo más corto o mínimo lo protagoniza el Hotel Sir Víctor, localizado en el barrio de L'Eixample, mientras que el tiempo máximo lo encontramos nuevamente en el caso del Hotel W Barcelona. Ambos tiempos sin embargo dejan un rango y una desviación típica muy similar a los 3 casos anteriores, siendo estos 30 minutos y 4,151 respectivamente.

Volvemos a observar que el hotel más alejado de todos los destinos es el Hotel W Barcelona, por lo que podemos deducir y afirmar que es el hotel más lejano a los sitios de interés turístico escogidos para este análisis de Barcelona tanto en distancias a pie en kilómetro como en distancias más cortas en tiempo o en el medio más rápido, el cual en numerosas ocasiones es el transporte público.

Además, otro detalle que cabe destacar es que, tras estos análisis, podemos afirmar que los hoteles más cercanos en kilómetros a los cuatro sitios de interés turísticos escogidos de Barcelona suelen ser también los que tienen una distancia más corta en tiempo a los mismos, siendo estos los casos, por ejemplo, de los hoteles Boutique Hostemplo y Ayre Hotel Rossello, los cuales son los más cercanos tanto en tiempo como en kilómetros a la Sagrada Familia.

3.2.3. Valoración general y de la ubicación de los hoteles en la web Booking.com

Tras el análisis de las distancias a pie en kilómetros a los sitios de interés turísticos y las distancias más cortas en tiempo a los mismos, se han analizado las valoraciones generales y de las ubicaciones de los 151 hoteles escogidos para este estudio con el objetivo de observar cómo valoran los clientes a estos hoteles, incluyendo la valoración general y la relacionada a la situación o localización del hotel en la ciudad.

En la Tabla 3.11 observamos los estadísticos descriptivos de la valoración general de los 151 hoteles estudiados para este estudio en la web Booking.com.

Valoración general de los hoteles en la web Booking.com	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	8,5	7,1	9,5	0,466	2,4

Tabla 3.11. Estadísticos descriptivos de la valoración general de los hoteles estudiados en la web Booking.com

Fuente: Elaboración propia

Gracias a esta tabla 3.11 podemos deducir que el nivel o la valoración de los hoteles de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample es relativamente bueno, contando con una media de 8,5 puntos. De los estudiados, el hotel con la valoración mínima cuenta con 7,1 puntos, siendo el caso del Hotel Alba, un hotel de 3 estrellas situado en el distrito de Ciutat Vella. Por el contrario, el hotel con la valoración más alta en Booking.com es el Hotel Casa Camper, el cual también se encuentra en Ciutat Vella y sus clientes lo valoran excepcionalmente, con una puntuación de 9,5. La diferencia entre la valoración máxima y mínima nos deja un rango de 2,4 puntos y una desviación típica de 0,466, lo que nos confirma que esta diferencia es relativamente pequeña, es decir, los hoteles estudiados suelen estar en un rango pequeño de valoración.

En la Tabla 3.12 observamos los estadísticos descriptivos de la valoración de la ubicación de los hoteles estudiados en la web Booking.com.

Valoración de la ubicación de los hoteles en la web Booking.com	N	Media	Mínimo	Máximo	Desviación típica	Rango
	151	9,33	7,7	9,9	0,412	2,2

Tabla 3.12. Estadísticos descriptivos de la valoración de la ubicación de los hoteles estudiados en la web Booking.com

Fuente: Elaboración propia

A partir de la tabla 3.12 podemos afirmar que los clientes tienen una muy buena percepción general de la ubicación de los 151 hoteles estudiados ya que presenta una media de 9,33 puntos sobre 10. La puntuación más pequeña en este sentido la posee el Hotel Barceló Raval con un 7,7, mientras que la puntuación más alta la tiene el Hotel Olivia Plaza, al cual sus clientes le han otorgado una casi perfecta puntuación de 9,9 puntos, rozando el 10, la máxima puntuación posible. Además, el rango que resulta de la diferencia de las puntuaciones máximas y mínimas es de 2,2 puntos, lo cual provoca a su vez que exista una desviación típica menor incluso que en el caso de la valoración general, tomando en este caso el valor de 0,412.

Observando estos resultados podemos deducir que las valoraciones de las ubicaciones son algo más altas que las valoraciones generales de los hoteles en sí, aunque con una diferencia no muy notoria ya que el nivel hotelero barcelonés es bastante bueno. Esto puede ser así gracias también a la accesibilidad de la ciudad de Barcelona y sus conexiones, las cuales son excepcionales contando, por ejemplo, con 165 estaciones de metro y 8 líneas del mismo. Según la sección Metrópoli de El Español et al. (2023), “el metro de Barcelona es el medio de transporte favorito de vecinos y turistas, con una cobertura del territorio muy efectiva y horarios amplios que facilitan los desplazamientos dentro de la capital catalana”.

3.2.4 Correlación entre la distancia a pie en kilómetros a la Plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación del hotel en la web de Booking.com

Una vez analizadas las distancias a pie en kilómetros y en tiempo más corta a los sitios de interés turístico, es necesario para completar nuestro estudio ver las relaciones que tienen las variables entre sí para poder sacar conclusiones.

Por ello, las primeras variables que se han analizado entre sí mediante una correlación de Pearson son la distancia a pie en kilómetros a la Plaza de Cataluña, la cual es considerada el punto más céntrico de la ciudad de Barcelona, y la valoración de la

ubicación de los hoteles en la web de Booking.com. Esto nos permitirá valorar cuánto importa entre los turistas el hecho de alojarse en un hotel céntrico en la ciudad de Barcelona, aunque luego este esté a una distancia mayor de los demás sitios de interés turísticos de la ciudad.

La Tabla 3.13 muestra los resultados de correlacionar la distancia a pie en km hasta la Plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación de los hoteles en la web de Booking.com.

		Distancia a pie a Plaza de Cataluña (Km.)
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	-,549**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.13. Correlación entre la distancia a pie en km a Plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación de los hoteles en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

Observando los resultados de la tabla 3.13, vemos que la correlación presenta un valor de -0,549, siendo el p-valor menor que 0,001. Es decir, esto indica que la correlación entre ambas variables es estadísticamente significativa y fuerte. Por tanto, podemos afirmar que, al ser la correlación un valor negativo, cuanto más lejos (en km a pie) se encuentre un hotel de Barcelona de la Plaza de Cataluña, peor se valorará su ubicación; mientras que cuanto más cerca se encuentre el hotel de la Plaza de Cataluña, mejor será su valoración en cuanto a ubicación se refiere. Esto nos deja dos conclusiones:

- La primera conclusión que podemos sacar de esta correlación es que, a mayor distancia en kilómetros a pie de Plaza de Cataluña, peor valoración de la ubicación.
- La segunda conclusión destacable es que la Plaza de Cataluña es un sitio de interés turístico que influye significativamente en los turistas a la hora de elegir un hotel por su ubicación, así como al valorarla posteriormente, debido a su localización céntrica.

3.2.5 Histograma y curva normal de “Distancia a pie en kilómetros a Plaza de Cataluña”

A continuación, analizaremos el histograma con su correspondiente curva normal de la distancia a pie en kilómetros de los hoteles de los barrios de Ciutat Vella y L’Eixample respecto a la Plaza de Cataluña.

El gráfico 3.1 muestra el histograma y curva normal de la distancia a pie en km a Plaza de Cataluña.

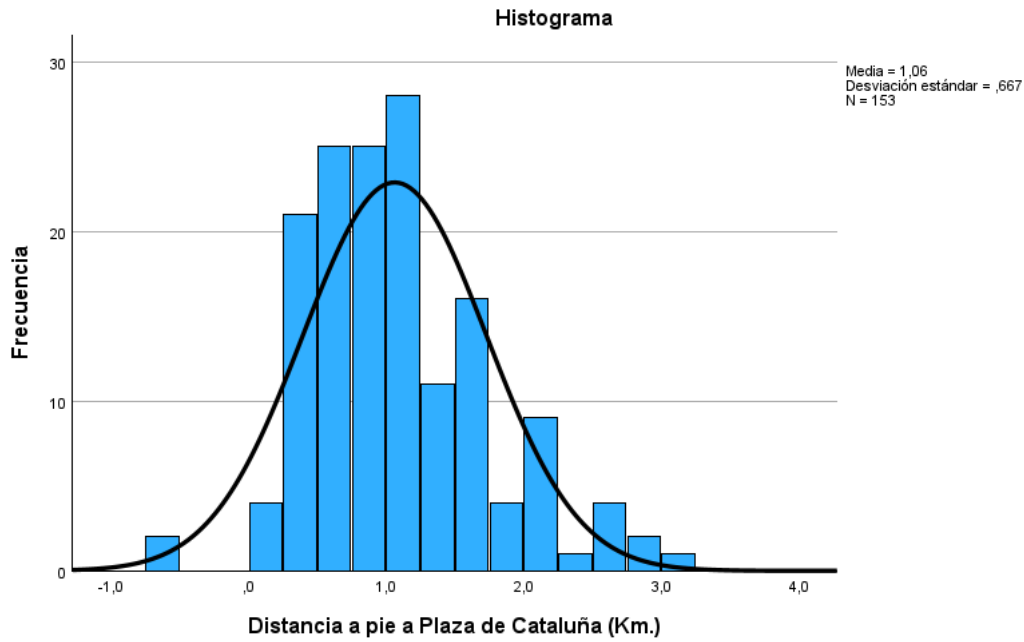


Gráfico 3.1. Histograma y curva normal de “Distancia a pie en km a Plaza de Cataluña”

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3.1 se puede observar la distribución de la distancia a pie en kilómetros hasta la Plaza de Cataluña. En él apreciamos que la media se sitúa en el 1,1 km aproximadamente y que hay cierta normalidad en los datos, con una leve inclinación de la curva hacia la derecha (algo normal cuando hay límite inferior, el cual sería 0 kilómetros, y no existe límite superior).

3.2.6. Correlación entre el tiempo más corto desde los hoteles a plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación en Booking.com.

En este caso se van a correlacionar las variables de la distancia en tiempo más corto desde los 151 hoteles estudiados hasta la Plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com para averiguar y observar si la primera de estas variables influye también en la segunda.

La Tabla 3.14 muestra los resultados de correlacionar la distancia en tiempo más corto hasta la Plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación de los hoteles en la web de Booking.com. Se ha realizado este análisis ya que la distancia a pie en kilómetros puede no coincidir con la distancia en tiempo más corto a un sitio de interés turístico gracias a la existencia del transporte público, el cual en muchos casos es más rápido que ir a pie.

		Tiempo más corto a Plaza de Cataluña
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	-,517**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.14. Correlación entre la distancia en tiempo más corto a Plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación de los hoteles en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.14 se observa que la correlación entre ambas variables tiene un valor de -0,517 y un p-valor por debajo de 0,001. Por ello, sabiendo que la correlación es muy significativa (en el nivel 0,01) y aunque el valor de la correlación de Pearson sea algo menor que en el caso anterior, podemos afirmar que existe una correlación estadística muy fuerte y significativa entre el tiempo más corto hasta llegar a Plaza de Cataluña y la valoración de la ubicación en Booking.com. Es decir, los clientes valoran mucho las distancias en tiempo más corto hasta la Plaza de Cataluña y lo reflejan en la web de Booking.com. Por ello, se pueden sacar de nuevo varias conclusiones como las siguientes:

- Al ser un resultado negativo se trata de una relación estadísticamente inversa, por lo que, cuanto más corto es el tiempo en llegar a Plaza de Cataluña (por cualquier tipo de medio), mejor es la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com; mientras que, cuanto más largo es el tiempo en llegar a este sitio de interés turístico, menor o peor es la valoración de la ubicación del hotel en este caso.
- Los turistas valoran mucho estar cerca de esta céntrica plaza en kilómetros, pero también lo hacen en tiempo, siendo este un factor fundamental también para ellos. Por ello, los hoteles cercanos a esta plaza tienen una excelente valoración en cuanto a ubicación, ya que se encuentran cerca tanto en kilómetros como en tiempo.

3.2.7 Histograma y curva normal de “Tiempo más corto en minutos a Plaza de Cataluña”

A continuación, analizaremos el histograma con su correspondiente curva normal del tiempo más corto en minutos desde los hoteles de los barrios de Ciutat Vella y L’Eixample respecto a la Plaza de Cataluña.

El gráfico 3.2 muestra el histograma y curva normal del tiempo más corto en minutos a Plaza de Cataluña.

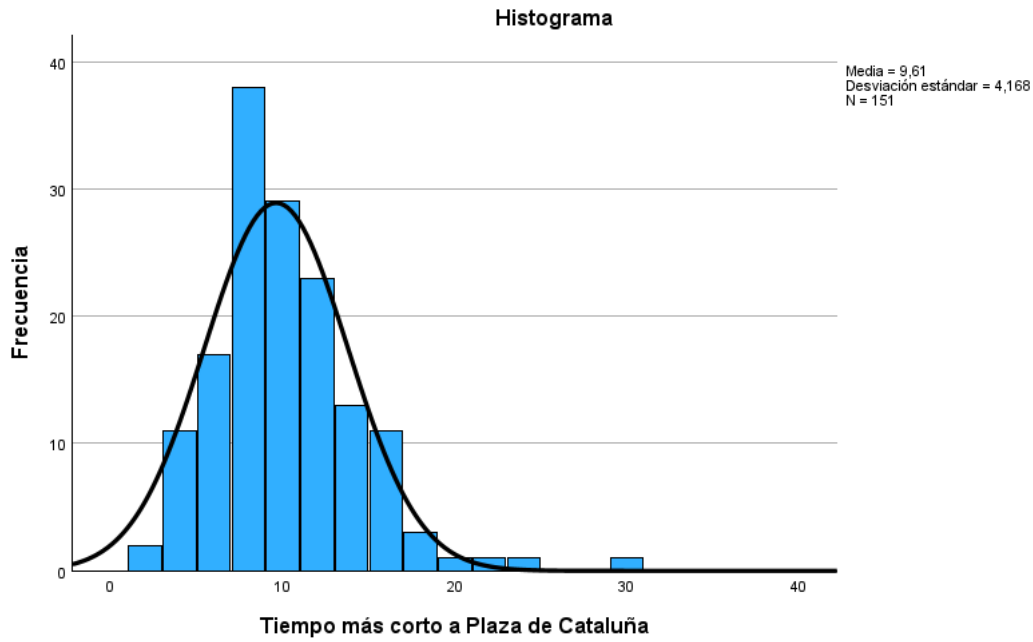


Gráfico 3.2. Histograma y curva normal de “Tiempo más corto en minutos a Plaza de Cataluña”

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3.2 se observa la distribución del tiempo más corto en minutos hasta llegar a Plaza de Cataluña desde los hoteles estudiados. Vemos que la media de tiempo más corto se encuentra entorno a los 10 minutos aproximadamente, existiendo una acusada normalidad en los datos y con una curva que se desplaza levemente hacia la derecha ya que no existe límite superior de tiempo más corto, pero sí inferior (cero minutos). La frecuencia más alta tiene lugar en los hoteles que se sitúan entre los 9 y los 10 minutos de tiempo más corto hasta Plaza de Cataluña.

3.2.8 Correlación entre el tiempo más corto a Plaza de Cataluña y la distancia a pie en kilómetros a Plaza de Cataluña

Una vez analizado el grado de influencia que tiene en los clientes las dos variables anteriores (distancia a pie en kilómetros a Plaza de Cataluña y el tiempo más corto en llegar al mismo sitio de interés turístico) en la valoración de la ubicación del hotel, estudiaremos si las mismas variables están relacionadas entre sí, es decir, si existe una relación estadística significativa y fuerte entre la distancia a pie en kilómetros y el tiempo más corto en llegar a Plaza de Cataluña.

En la tabla 3.15 observamos la correlación entre la distancia en tiempo más corto a Plaza de Cataluña y la distancia a pie en kilómetros hasta el mismo lugar.

		Distancia a pie a Plaza de Cataluña (Km.)
Tiempo más corto a Plaza de Cataluña	Correlación de Pearson	,833**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.15. Correlación entre la distancia en tiempo más corto a Plaza de Cataluña y la distancia a pie en kilómetros hasta Plaza de Cataluña

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3.15. se obtiene que existe una correlación con valor de 0,833 entre las dos variables, el cual además es significativo en el nivel 0,01, y teniendo un p-valor menor que 0,001. Por ello, podemos afirmar que existe una relación estadística muy significativa y fuerte entre estas variables. Al ser un resultado positivo, y como era de esperar, cuanto más cerca en kilómetros a pie se encuentre un hotel de la Plaza de Cataluña, más corto será el tiempo en llegar a la misma, y viceversa.

3.2.9 Correlación entre la distancia a pie en kilómetros a la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en la web de Booking.com

Ya estudiadas las variables referentes a la Plaza de Cataluña y cuanto influyen las distancias a la misma en la valoración de las ubicaciones de los hoteles estudiados, se realizará ahora un análisis similar para la Sagrada Familia.

Comenzaremos estudiando cómo influye la distancia a pie en kilómetros desde los hoteles estudiados a la Sagrada Familia a la hora de valorar sus ubicaciones en la web de Booking.com.

En la Tabla 3.16 se refleja el estudio de la correlación entre la distancia a pie en kilómetros hasta la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com.

		Distancia a pie a Sagrada Familia (Km.)
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	-,255**
	Sig. (bilateral)	,002
	N	151

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

Tabla 3.16. Correlación entre la distancia a pie en kilómetros hasta la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.16 se observa que la correlación entre las variables estudiadas es de -0,255, con un p-valor de 0,002. Esto quiere decir que, aunque la correlación es muy significativa (ya que se encuentra en el nivel 0,01), esta no es tan fuerte como en casos anteriores. Es decir, podemos afirmar que, aunque también influye, la distancia en kilómetros a pie hasta la Sagrada Familia influye menos que las variables anteriores en el momento de valorar las ubicaciones de los hoteles de la ciudad. Se podría decir que los turistas tienen una considerable preferencia a situarse más cerca de la Plaza de Cataluña que de la Sagrada Familia.

3.2.10 Correlación entre el tiempo más corto hasta la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en la web de Booking.com

Analizaremos ahora la correlación entre el tiempo más corto en llegar a la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en la web de Booking.com. Es decir, ¿cuánto influye para un turista el tiempo mínimo que se tarda en llegar hasta la Sagrada Familia a la hora de valorar la ubicación de un hotel?

La tabla 3.17 recoge la correlación entre el tiempo más corto hasta la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

		Tiempo más corto a Sagrada Familia
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	-,272**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.17. Correlación entre el tiempo más corto hasta la Sagrada Familia y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.17 se observan los resultados de esta correlación, la cual obtiene un valor de -0,272 (siendo significativa en el nivel 0,01, es decir, muy significativa) y un p-valor menor de 0,01. Nos encontramos en un caso similar al anterior, aunque en este caso la relación es más fuerte. Se puede afirmar que el tiempo más corto en llegar a la Sagrada Familia influye a la hora de valorar la ubicación de los hoteles, pero esta influencia es menor si la comparamos con la influencia que supone para los turistas el tiempo más corto a la Plaza de Cataluña.

3.2.11 Correlación entre la distancia a pie en kilómetros a La Pedrera y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

Ahora analizaremos las mismas variables, pero para La Pedrera en este caso, con el fin de ver cómo influyen las distancias a este lugar para los turistas al valorar la ubicación de los hoteles.

La tabla 3.18 recoge los resultados de correlacionar las variables mencionadas anteriormente.

		Distancia a pie a La Pedrera (Km.)
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	-,355**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.18. Correlación entre la distancia a pie en kilómetros hasta La Pedrera y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

El valor que obtiene esta correlación en la Tabla 3.18 es de -0.355, con un p-valor por debajo de 0,001 y siendo esta correlación muy significativa. Es una relación estadísticamente significativa y fuerte, por lo que se puede afirmar que la distancia a La Pedrera influye en los turistas al valorar la ubicación de los hoteles, aunque por debajo de la influencia que tiene la Plaza de Cataluña. Además, curiosamente, observamos que los turistas pueden llegar a valorar más la cercanía a este punto de interés turístico que a la Sagrada Familia.

3.2.12 Correlación entre el tiempo más corto a La Pedrera y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

Como se viene haciendo con las variables anteriores, analizaremos también cómo influye el tiempo más corto a La Pedrera a la hora de valorar la ubicación de un hotel.

		Tiempo más corto a La Pedrera
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	-,314**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.19. Correlación entre el tiempo más corto hasta La Pedrera y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla 3.19 los resultados, en los cuales la correlación entre ambas variables obtiene un valor de -0,314, siendo muy significativa, y un p-valor menor que 0,001. Es un resultado muy similar al último, en el que vemos que la relación es estadísticamente fuerte y significativa, por lo que podemos decir que el tiempo más corto

en llegar a La Pedrera sí que influye en los turistas al valorar la ubicación de un hotel de Barcelona.

3.2.13 Correlación entre la distancia a pie en kilómetros al Parque Güell y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

En este caso analizaremos las mismas variables que en los últimos análisis, pero respecto al Parque Güell, tratando de ver así cómo influye la distancia a este destino en la valoración de la ubicación de los hoteles por parte de los turistas.

La tabla 3.20 muestra la correlación entre el tiempo más corto hasta La Pedrera y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com.

		Distancia a pie a Parque Güell (Km.)
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	-,196*
	Sig. (bilateral)	,016
	N	151

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

Tabla 3.20. Correlación entre el tiempo más corto hasta La Pedrera y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.20 se observan los resultados de esta correlación, la cual obtiene un valor de -0,196 con un p-valor de 0,016. Con estos resultados, y sabiendo que la correlación es significativa en el nivel 0,05, podemos decir que se trata de una relación estadística no tan significativa y fuerte como las anteriores, es decir, la variable de la distancia a pie no importa tanto a los turistas a la hora de valorar la ubicación de un hotel en Barcelona. Esto posiblemente se deba a que el Parque Güell, aunque es uno de los principales puntos de interés turísticos de la ciudad, se encuentra a las afueras de Barcelona, muy alejado del centro de la ciudad.

3.2.14 Correlación entre el tiempo más corto al Parque Güell y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

En este caso, vamos a estudiar cómo es la relación entre el tiempo más corto en llegar al Parque Güell y la valoración de la ubicación del hotel en la web de Booking.com. Cabe destacar que, como ya se mencionó anteriormente, al estar el Parque Güell tan alejado del centro, el tiempo más corto en llegar hasta este destino coincide siempre con la distancia en tiempo en transporte público hasta el mismo, por lo que podríamos decir que sería el mismo análisis que el de la correlación entre el tiempo que se tarda en llegar al parque en transporte público y la valoración de la ubicación en Booking.com

En la tabla 3.21 se muestra la correlación entre el tiempo más corto hasta el Parque Güell y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com.

		Tiempo más corto a Parque Güell
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	-,445**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.21. Correlación entre el tiempo más corto hasta el Parque Güell y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.21 se observan los resultados de esta correlación, la cual obtiene un valor de -0,445, siendo significativa en el nivel 0,01 y con un p-valor por debajo de 0,001. A diferencia de la anterior, podemos decir que esta correlación sí que es estadísticamente fuerte y significativa. Es decir, el tiempo más corto en llegar al Parque Güell influye mucho más en los turistas al valorar la ubicación de un hotel que la distancia a pie en kilómetros al mismo lugar. Este resultado es importante ya que nos deja un indicio clave: la cercanía física o en kilómetros a los sitios de interés turístico influye hasta cierto punto, ya que cuando ese destino se encuentra relativamente lejos lo que más importa es el tiempo más corto en llegar a él por cualquier medio, el cual en el caso de Barcelona suele ser el transporte público y principalmente el metro.

3.2.15 Correlación entre la valoración de la ubicación y la valoración general del hotel en Booking.com

Una vez finalizado el análisis de las relaciones entre la valoración de la ubicación de los hoteles y las variables de distancias (tanto en kilómetros como en tiempo) a cada sitio turístico, es interesante analizar cómo es la relación entre la valoración general de los hoteles y la valoración de sus ubicaciones en la web de Booking.com.

La tabla 3.22 recoge la correlación entre la valoración de la ubicación y la valoración general del hotel en Booking.com.

		Valoración general en Booking.com
Valoración de la ubicación del hotel en Booking.com	Correlación de Pearson	,513**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.22. Correlación entre la valoración de la ubicación y la valoración general del hotel en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3.22 muestra el resultado de correlacionar las variables mencionadas anteriormente, el cual obtiene un valor de $-0,513$, con un p-valor menor que $0,01$. Por ello, podemos afirmar que tienen una relación estadística muy significativa y fuerte; es decir, cuanto mayor sea la valoración de la ubicación del hotel, mayor será la valoración general del mismo, creando así una relación directamente proporcional.

3.3. ANÁLISIS Y CORRELACIONES ENTRE EL PRECIO DE UNA HABITACIÓN Y LAS DISTINTAS VARIABLES ESTUDIADAS

En este apartado comenzaremos a estudiar una de las variables más importantes para los turistas y veremos qué relación tiene con algunas de las variables estudiadas anteriormente.

3.3.1. Estadísticos descriptivos del precio de una habitación estándar doble para el 07/05/2024 en los hoteles estudiados

En la tabla 3.23 se recogen los estadísticos descriptivos del precio de una habitación estándar doble para el 07/05/2024 en los hoteles analizados.

Precio habitación estándar doble 07/05/2024	N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo	Rango
	151	323,86	169,96	170	1.572	1.402

Tabla 3.23. Estadísticos descriptivos del precio de una habitación estándar doble en los hoteles estudiados para el día 07/05/2024

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3.23 se observa que el precio medio de todos los hoteles estudiados para un mismo día elegido es de $323,86€$, llegando a alcanzar un precio máximo de $1.572€$ y un precio mínimo de $170€$. Aunque la diferencia entre los precios máximos y mínimos (rango) sea muy elevada ($1.402€$), vemos que la desviación típica es menor incluso que la media, llegando a obtener un valor de $169,96€$. Esto nos indica que existe una desviación aceptable y, por consiguiente, una homogeneidad de varianzas, aunque algún precio se salga de la norma.

3.3.2. Correlación entre el precio de una habitación y la distancia a algún sitio de interés turístico

A continuación, estudiaremos la influencia que puede llegar a tener la distancia a algún sitio de interés turístico de los escogidos en el precio de una habitación de cualquier hotel de los estudiados.

Para ello, hemos escogido el sitio de interés turístico que más influye en la valoración de la ubicación de los hoteles, la Plaza de Cataluña, ya que no es necesario estudiar los 4 casos individualmente.

La tabla 3.24 muestra los resultados de la correlación entre precio y distancia a pie a Plaza de Cataluña.

		Distancia a pie a Plaza de Cataluña (Km.)
Precio habitación estándar doble	Correlación de Pearson	,046
	Sig. (bilateral)	,576
	N	151

Tabla 3.24. Correlación entre la valoración de la ubicación y la valoración general del hotel en Booking.com

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3.24 muestra los resultados de dicha correlación, la cual obtiene un valor positivo de 0,046, con un p-valor de 0,576. Esto quiere decir que la relación estadística entre ambas variables no es significativa en términos estadísticos, por lo que se no se ha podido demostrar una influencia entre la cercanía de los hoteles a Plaza de Cataluña y el precio de una habitación estándar doble para el 07/05/2024.

3.3.3. Correlación entre el precio de una habitación y la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com

La siguiente correlación para analizar (Tabla 3.25) es la que relaciona el precio de la habitación con la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com, tratando así de averiguar cómo afecta la ubicación de los hoteles a los precios de sus habitaciones.

		Valoración de la ubicación del hotel en Booking
Precio habitación estándar doble	Correlación de Pearson	,197*
	Sig. (bilateral)	,015
	N	151

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

Tabla 3.25. Correlación entre la valoración de la ubicación del hotel en Booking.com y el precio de una habitación estándar doble

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3.25 recoge los resultados de dicha correlación, obteniendo esta un valor positivo de 0,197 y un p-valor de 0,015. Aunque en este caso correlación si es significativa. Se puede deducir que la valoración de la ubicación si influye significativamente en el precio, aunque la correlación adquiera un valor modesto.

3.3.4. Correlación entre el precio de una habitación y la categoría (estrellas) de los hoteles

Por último, analizaremos la relación que pueden llegar a tener el precio de una habitación de hotel y la categoría del mismo. A priori, podemos pensar que esta será la variable que más influya en el precio de una habitación, pero se ha realizado un estudio para ver si realmente ocurre así o no.

La tabla 3.26 muestra la correlación entre la categoría (estrellas) de un hotel y el precio de una habitación estándar doble.

		Categoría (Estrellas)
Precio habitación estándar doble	Correlación de Pearson	,596**
	Sig. (bilateral)	<,001
	N	151

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

Tabla 3.26. Correlación entre la categoría (estrellas) de un hotel y el precio de una habitación estándar doble

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla 3.26 que, claramente y como era de esperar, la categoría de un hotel es la variable que más influye a la hora de fijar el precio de una habitación, por encima de la valoración de la ubicación del hotel o la cercanía a los distintos sitios de interés turístico. El resultado de la correlación ha sido de -0,596, con un p-valor menor que 0,001. Por ello, se trata de una relación estadística muy significativa y fuerte.

Se puede afirmar que, cuanto más alta sea la categoría de un hotel, mayor será el precio de las habitaciones del mismo.

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

4.1. CONCLUSIONES

Guiándonos por los objetivos y subobjetivos mencionados en el capítulo 1, se puede afirmar que se ha conseguido el principal objetivo de este trabajo, el cual era analizar de forma preliminar los patrones de localización de los hoteles situados en los distritos centrales de Ciutat Vella y L'Eixample de Barcelona y el impacto que pueden llegar a tener estos patrones en los hoteles.

Se ha podido estudiar la muestra de 151 hoteles de entre 3 y 5 estrellas situados en los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample, determinando variables relacionadas con la localización de los mismos.

Como ya ocurrió en el trabajo precedente a esta investigación centrado en Sevilla (Valle-Cordero, 2022), se pone de manifiesto que es fácil medir la distancia entre los hoteles a los sitios de interés turístico elegidos mediante el uso de herramientas actuales como la aplicación web de Google Maps. Además, esta aplicación permite medir esas distancias de varias formas, las cuales pueden ser a pie, en vehículo propio, en transporte público o incluso en bicicleta, indicando siempre los kilómetros a los que se encuentra en cada medio utilizado y el tiempo de desplazamiento.

En cuanto a los análisis de las variables, se ha observado que:

- La media de habitaciones por hotel en los dos distritos centrales de Barcelona es de 87,6.
- La distancia media a pie (en km) de los hoteles de la muestra a Plaza de Cataluña es de 1,084 km, siendo entre 9 y 10 minutos el tiempo medio más corto de llegada al mismo punto.
- La distancia media a pie (en km) a la Sagrada Familia es de 2,515 km, situándose el tiempo más corto medio de llegada al mismo punto entre los 13 y los 14 minutos.
- La distancia media a pie (en km) a La Pedrera es de 1,668, situándose en los 12 minutos el tiempo medio más corto de llegada al mismo punto.
- La distancia media a pie (en km) al Parque Güell es de 3,990 km, siendo el tiempo medio más corto de llegada al mismo punto de unos 30 minutos aproximadamente.
- La valoración general de los hoteles se sitúa en torno a 8,5 puntos de media, mientras que la media de la valoración de la ubicación es de 9,33 puntos.
- El precio medio de una habitación de una habitación doble estándar sin desayuno para el 07/05/2024 se situó en 323,86€ en general, independientemente de la categoría o distrito de los hoteles.

Al correlacionar las distintas variables se ha observado que:

- La distancia en kilómetros a pie a los sitios de interés turísticos afecta significativamente a la valoración de la ubicación del hotel, siendo la Plaza de Cataluña el punto que más correlación guarda en la valoración de la ubicación. Es decir, los turistas prefieren alojarse cerca de los puntos turísticos de la ciudad, sobre todo de la Plaza de Cataluña. Sin embargo, también se ha demostrado que, si el sitio de interés turístico se encuentra lejos en kilómetros (como puede ser el caso del Parque Güell), deja de importar tanto la cercanía física a ellos y comienza a tener más peso la cercanía en tiempo. Por tanto, en estos casos los turistas valoran también la situación de los hoteles respecto a los medios de transporte que les faciliten llegar más rápido a esos puntos lejanos, como por ejemplo el metro. Este es un aspecto no evidenciado en el trabajo dedicado a Sevilla (Valle-Cordero, 2022).

- Con respecto a los otros tres sitios de interés turístico estudiados las mayores correlaciones las tienen, por este orden, el tiempo más corto a Parque Güell, la distancia a pie en Km. a La Pedrera y el tiempo más corto a la Sagrada Familia.
- La valoración de la ubicación afecta significativamente a la valoración general del hotel. Es decir, como era de esperar, cuanto mayor sea la valoración de la ubicación del hotel, mayor será su valoración general (afecta positivamente).
- Por último, la variable que más afecta al precio de una habitación es la categoría del hotel. La situación del hotel respecto a los sitios de interés turístico influye de forma significativa en términos estadísticos en la variable precio, aunque se observa que no es el aspecto fundamental para determinarla.

En conclusión, y bajo nuestro criterio, se han cumplido los objetivos y subobjetivos planteados, marcando así la importancia de los patrones de localización de los hoteles de la ciudad de Barcelona.

4.2. LIMITACIONES DEL TRABAJO

Como ya se ha comentado en puntos anteriores, una de las principales limitaciones de este trabajo es que no se ha podido contar con la totalidad de hoteles que existen en Barcelona teniendo que hacer un muestreo y estudiando solo 151 hoteles de entre 3 y 5 estrellas de los distritos de Ciutat Vella y L'Eixample.

Otra limitación a tener en cuenta es que sólo se han tenido en cuenta 4 de los muchos sitios de interés turístico de Barcelona, lo que no ha permitido analizar exhaustivamente el impacto real que tienen todos los atractivos turísticos de esta ciudad.

4.3. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Al igual que este trabajo se ha realizado a partir de una primera investigación sobre los patrones de localización de los hoteles en la ciudad de Sevilla, sería de interés que se continuaran para otras ciudades u otros tipos de establecimiento turísticos, pudiendo así recoger más datos para que la investigación sea lo más exhaustiva posible.

Sería interesante también analizar los patrones de localización de los hoteles de Barcelona respecto a otros sitios de interés turístico importantes de la ciudad.

Por último, se recuerda que sólo han sido estudiados los hoteles de 2 de los distritos de Barcelona, aunque ciertamente son con mucho los dos más importantes, por lo que puede llegar a ser interesante realizar investigaciones similares en las que se cuente con los hoteles de otros distritos, viendo así el impacto general de la localización en los hoteles de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- ABC (2012) La privilegiada localización de Starbucks (Economía 25-7-12) Recuperado el 20 de mayo de 2024 de https://www.abc.es/economia/abci-privilegiada-localizacion-starbucks-201207250000_noticia.html
- Ayuntamiento de Barcelona (2024) B:SM “El Park Güell cierra el 2023 con 4,4 millones de visitantes”. Recuperado el 09/05/2024 de <https://parkguell.barcelona/es/press-kit?q=es/press-kit#:~:text=DATOS%20DEL%20PARK%20G%C3%9CELL%202023&text=Total%20visitantes%20con%20entrada%20anual.Total%20visitas%20escolares%3A%2059.379%20pax>
- Ayuntamiento de Barcelona (2020) Open Data BCN “Hoteles de la ciudad de Barcelona”. Recuperado el 21/03/2024 de <https://opendata-ajuntament.barcelona.cat/data/es/dataset/allotjaments-hotels>
- Bieger, T., & Laesser, C. (2004). Market segmentation by tourists' travel behaviour. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 819-838.
- Cárdenas Tabares, F. (2006). *Proyectos turísticos. Localización e inversión*. Editorial Trillas. 2006. 2ª edición.
- Casanueva Rocha, C. & Gallego Águeda, M.A. (2019). *Dirección estratégica de organizaciones turísticas*. 2ª edición. Editorial Pirámide. 14/02/2019.
- 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*. Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- Domínguez-Machuca, J. A.; González-Zamora M. M. & Aguilar-Escobar, V.G. (2007) “Investigación en servicios en el ámbito de la dirección de operaciones”, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 30, 205-232. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138575807700798>
- El Español (2023) ¿Cuántas estaciones tiene en total el metro de Barcelona? *Metrópoli (El Español)* 04/07/2023. Recuperado el 12/05/2024 de https://metropoliabierta.elespanol.com/vivir-en-barcelona/20230704/cuantas-estaciones-tiene-en-total-el-metro-de-barcelona/776422496_0.html
- Epdata.es (2024) Barcelona - La ocupación de los hoteles en el municipio, en datos y gráficos. Epdata.es (Europa Press) 23/04/2024. Recuperado el 16/05/2024 de <https://www.epdata.es/datos/ocupacion-hotelera-hoteles-datos-graficos-municipios/143/barcelona/1325>
- Figuerola Palomo, M. (1983). Importancia del turismo en la economía española. *Estudios turísticos*, (80), 21-30.
- Galindo, C. & Calvo, G. (2024). El turismo se afianza como gran motor económico y alcanza un récord del 12,8% del PIB, según Exceltur. *El País* 17-01-2024. Recuperado el 14/05/2024 de <https://elpais.com/economia/2024-01-17/el-turismo-se-afianza-como-gran-motor-economico-y-alcanza-un-record-del-128-del-pib-segun-exceltur.html#>
- Goodchild, M. F. (2010). Twenty years of progress: GIScience in 2010. *Journal of Spatial Information Science*, 2010(1), 3-20.
- Gómez-Navarro, J. (2002). Los primeros viajeros románticos por España: Edward Hawke Locker. *Sociedad Geográfica Española (SGE)*, julio de 2002. Recuperado el 14/05/2024 de <https://sge.org/exploraciones-y-expediciones/asi-nos->

[vieron/siglo-xix/los-primeros-viajeros-romanticos-por-espana-edward-hawke-locker/](#)

- González Rodríguez, B. J., Hernández Abreu, D., Jiménez Paiz, M. M., Marrero Rodríguez, M. I., Sanabria García, A. (2013). Muestreo y estimación. Departamento de Análisis Matemático, Universidad de la Laguna.
- González, T. (2023) Hosteltur “Los municipios con más alojamiento turístico, por CCAA”. Hosteltur 15/06/2023. Recuperado el 13/05/2024 de <https://www.hosteltur.com/157884-los-municipios-con-mas-alojamiento-turistico-por-ccaa.html>
- INE. (2024). Encuesta de ocupación hotelera. Establecimientos hoteleros. Establecimientos, plazas, grados de ocupación y personal empleado por comunidades autónomas y provincias. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- 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.
- 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).
- Observatori del Turisme a Barcelona. El Destino Barcelona cierra el año 2023 con 26 M de turistas y un impacto económico del gasto directo de 12.750 M de euros. Observatori del Turisme a Barcelona 06/02/24. Recuperado el 16/05/2024 de <https://www.observatoriturisme.barcelona/es/noticias/el-destino-barcelona-cierra-el-a%C3%B1o-2023-con-26-m-de-turistas-y-un-impacto-econ%C3%B3mico-del#:~:text=Seg%C3%BAn%20los%20c%C3%A1lculos%20del%20OTB,26%20M%20de%20personas%20turistas.>
- ONU Turismo. Glosario de términos de turismo. ONU Turismo (UNWTO). Recuperado el 13/05/2024 de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%20C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>
- Pazos García-Morales, A. (aut.) & Cortón de las Heras, M.T. (dir.) (2017). La evolución del turismo en España. Trabajo fin de grado inédito. Grado de Turismo. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación. Universidad de Valladolid <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24042/TFG-N.634.pdf;jsessionid=1CB5E57EE72A395AF1575037DEBD4B24?sequence=1>
- Sagrada Familia (2024) La Sagrada Familia recibió a 4.707.367 visitantes en el 2023. Sagrada Familia 17/01/24. Recuperado el 09/05/2024 de <https://sagradafamilia.org/es/-/la-sagrada-familia-ha-rebut-4-707-641-visitants-el-2023#:~:text=En%20el%202023%2C%20la%20Sagrada,total%20de%203.781.845%20personas.>
- Tapia, M. (2023) El Hotel Majestic, un icono catalán multipremiado. *Expansión* (Fuera de serie) 27/06/2023. Recuperado el 10/05/2024 de <https://www.expansion.com/fueradeserie/viajes/2023/06/27/648709f9468aebcb4d8b469b.html>
- Valle Cordero, M. (autor) & Aguilar-Escobar, V. (tutor) (2022). Patrones de localización de los hoteles de Sevilla. Trabajo fin de grado inédito. Facultad de Turismo y Finanzas. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/140275>

Vallejo Pousada, R. (2022). Turismo en España entre el primer y el segundo boom turístico, y cambio de modelo (1951-1962). Instituto de Turismo de España. Estudios Turísticos, n.º 223 (1er S 2022), pp. 21-57