



TRABAJO FIN DE GRADO
GRADO EN TURISMO
CURSO ACADÉMICO 2023/2024
3ª CONVOCATORIA

**ANÁLISIS TURÍSTICO Y PATRIMONIAL DE LA CORUÑA. PROPUESTA DEL USO
TURÍSTICO DEL PATRIMONIO MEDIANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

AUTOR(A): Mínguez García, Daniel

DNI : 51537441F

En Fuenlabrada, a 7 de junio de 2024

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio
mediante inteligencia artificial

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	3
METODOLOGÍA	4
MARCO TEÓRICO	7
LA CORUÑA: ASPECTOS GENERALES	11
I. Localización	11
II. Historia	11
III. Clima	11
IV. Demografía	12
SUMARIO DE LOS PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS	12
I. Torre de Hércules	13
II. Castillo de San Antón	14
III. Monte de San Pedro	14
IV. Museo Estrella Galicia	15
V. Plaza de María Pita	16
VI. Aquarium Finisterrae	16
VII. Playa de Riazor	17
VIII. Gastronomía	17
LA CORUÑA: OFERTA TURÍSTICA	19
I. Establecimientos turísticos	19
II. Número de plazas turísticas	20
III. Personal empleado	20
IV. Oficinas de turismo	21
LA CORUÑA: DEMANDA TURÍSTICA	21
I. Número de viajeros	21
II. Grado de ocupación por plazas	22
III. Estancia media	23
PROPUESTA DE MEJORA DEL PLAN TURÍSTICO	24
1. Análisis de los resultados	25
2. Herramientas de Inteligencia Artificial	30
3. Empleo de Realidad Virtual	31
CONCLUSIÓN	33
BIBLIOGRAFÍA	34

INTRODUCCIÓN

El sector turístico es uno de los principales pilares que sustenta la economía española. Según el último informe publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023), España fue el segundo país de todo el mundo en materia de llegada de turistas internacionales, sólo por detrás de Francia. La diversidad de paisajes, tanto de playa como de montaña, la incuestionable calidad gastronómica, la magnífica red de transporte o el formidable servicio de alojamiento son algunos de los factores que posibilitan un dato de semejante calado.

Este trabajo aborda el uso turístico de los recursos patrimoniales de La Coruña y hace una propuesta de empleo de nuevas tecnologías e inteligencia artificial como herramientas para la revalorización del patrimonio y mejora de la dinámica de la ciudad. Como recoge Turespaña en 2024, hablamos de una de las comarcas con mayor atractivo para el turismo de la Comunidad Autónoma de Galicia. Un enclave que ostenta una tradición histórica, unas características turísticas y unos reclamos turísticos dignos de estudio.

Galicia recibió a un total de 7 millones de turistas durante el año 2023 según los datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023). Se trata de una cifra nada desdeñable tomando en consideración que no fue año xacobeo y que, en gran medida, queda justificada por la indudable trascendencia de su producto estrella, el Camino de Santiago. Sin embargo, la atracción turística de esta Comunidad Autónoma no queda restringida a esta ruta de peregrinaje sino que existen un sinnúmero de lugares de gran reclamo como es la ciudad de La Coruña.

En este trabajo hacemos un análisis geográfico y turístico de la ciudad para centrarnos en el estudio de sus recursos territoriales. El estudio de la oferta y la demanda turística de La Coruña servirá de ayuda para establecer una propuesta de mejora más certera y encaminada hacia la búsqueda de satisfacción de turistas y residentes. Para ello, se valorarán factores como la calidad de la información turística ofrecida en el lugar de destino, la afluencia de viajeros o las principales motivaciones que mueven a los turistas para decantarse por La Coruña como lugar de vacaciones.

Las conclusiones de este análisis servirán para identificar aquellos factores que se han de potenciar para optimizar el uso sostenible de la ciudad, con la introducción de nuevas tecnologías que mejoren la experiencia turística del visitante y contribuyan a la convivencia en armonía de los ciudadanos y los turistas.

La introducción de nuevas tecnologías e inteligencia artificial puede contribuir a la creación de un producto turístico que mejore la experiencia del turista. Por ello, se contemplará la posibilidad de utilizar las nuevas tecnologías y la inteligencia artificial como herramientas para dar ese valor añadido y diferenciador a La Coruña; con la finalidad de mejorar su posición competitiva en comparación con otros entornos turísticos rivales.

JUSTIFICACIÓN

Los datos reflejados por el INE muestran que Galicia es la octava comunidad autónoma con mayor afluencia de visitantes internacionales de nuestro país, contribuyendo

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

notablemente a la causa con un total de 1.616.929 llegadas. Dentro del territorio, La Coruña es la tercera ciudad con mayor número de visitantes, sólo por detrás de Santiago de Compostela y Vigo. De ahí, la magnitud de la importancia que adquiere analizar la calidad de la oferta que se da al exterior por parte del municipio sin descuidar la potencial existencia de ciertos patrones en la demanda.

Como se ha comentado en la introducción, este proyecto cobra especial relevancia en el momento en el que se pretende llevar a cabo un estudio de la demanda, de la calidad de la información o de las motivaciones turísticas predominantes para discernir si existe alguna señal de alerta que deba abordarse con celeridad.

Además, este trabajo sacará a la palestra la potencial utilización de nuevas tecnologías e inteligencias artificiales para maximizar el atractivo turístico del enclave. La modernización de las ciudades y la incorporación de la tecnología tiende a ser garantía de prosperidad en el marco del turismo.

En conclusión, este Trabajo de Fin de Grado tiene una doble finalidad: realizar un análisis turístico de La Coruña tratando diferentes aspectos que atañen a la cultura, la historia o a los principales recursos territoriales y llevar a cabo propuestas de mejora que potencien el atractivo de la zona y cubran las necesidades de turistas y residentes. De conseguirlo, se beneficiarán numerosas ramas de nuestro país como la sociedad, el turismo y, consecuentemente, la economía.

OBJETIVOS

El objetivo general de este trabajo es realizar un análisis turístico de la ciudad gallega de La Coruña, y proponer la introducción de herramientas de realidad virtual e inteligencia artificial como instrumentos de mejora en el ámbito de la interpretación y difusión del patrimonio cultural para contribuir a la mejora de la experiencia turística de los visitantes.

Como objetivos específicos establecemos:

- Analizar la oferta de servicios de la ciudad en relación a los alojamientos turísticos.
- Comprobar la eficacia y la calidad de la información turística en destino.
- Revisar mediante un sumario el uso turístico de los recursos territoriales con especial atención a los recursos naturales y culturales.
- Recopilar información sobre la demanda viajera de la ciudad y sus motivaciones.
- Hacer una propuesta de uso de las nuevas tecnologías y la inteligencia artificial aplicadas al turismo en la ciudad.

METODOLOGÍA

Este estudio ha sido realizado utilizando metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) así como fuentes de carácter primario y secundario. El empleo de métodos mixtos manifiesta una cuestión metodológica de importante relevancia que debe ser tomada en consideración en

las investigaciones de carácter social. Esta combinación de métodos y técnicas otorga fortaleza a los datos contruidos ya que esa complementariedad contribuye a eliminar déficits al mismo tiempo que potencia los puntos fuertes de cada uno de ellos (Pérez Ripossio , 2022). En resumen, la metodología cuantitativa no ha de ser vista como rival de la cualitativa sino como una herramienta complementaria que se asisten mutuamente a la hora de proceder con la investigación (Jick, 1979).

La investigación se ha llevado a cabo en las siguientes fases:

1. Estudio de la ciudad de La Coruña como destino turístico

Para llevar a cabo el estudio, nos hemos basado en el modelo que propone Ivars (2019) para el establecimiento de un destino turístico inteligente. La planificación se contempla desde una perspectiva holística en la que existen 3 niveles conectados entre sí: primeramente, un nivel estratégico-relacional en el que la colaboración público-privada resulta fundamental y que entiende a la sociedad local como epicentro del desarrollo turístico. Seguidamente, un nivel instrumental basado en la conectividad digital y en la tecnología *big data*. Finalmente, un nivel aplicado que saca a la palestra soluciones inteligentes aplicables en el ámbito de la gestión y el marketing del destino con el fin de optimizar la experiencia turística.

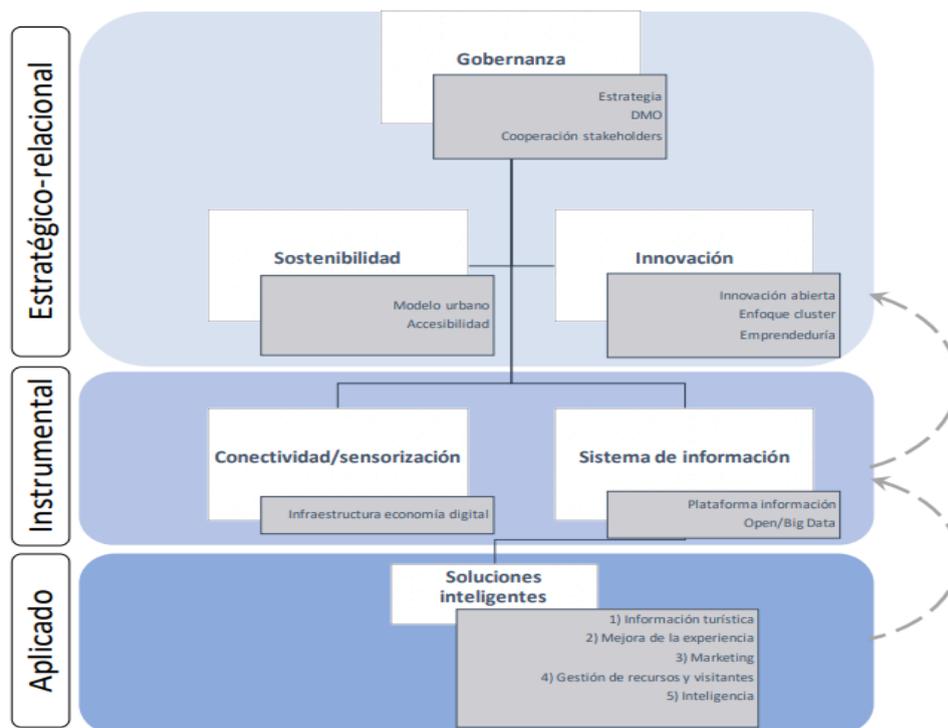


Imagen 1. Niveles de planificación turística en un DTI. Fuente: Ivars et al. (2019)

A partir de este esquema, podemos extrapolar que la estrategia a aplicar depende del lugar en cuestión y que se han de estudiar sus recursos y su infraestructura. No es un proceso estandarizado y, por ello, hay que adaptarlo a las características del destino.

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

2. Estudio de la oferta turística

Para obtener conclusiones acerca de la calidad de la oferta que la ciudad de La Coruña brinda a sus usuarios, pretendemos recopilar información estadística acerca del número de establecimientos turísticos disponibles así como su tipología, indagar acerca de la adecuación de la promoción que se hace de la ciudad y, por último, estudiar la calidad de la información suministrada a partir de un cuestionario.

Con el propósito de analizar los principales recursos turísticos de la ciudad se ha utilizado el sistema de clasificación propuesto por la Organización de Estados Americanos (OEA, 1978).

3. Análisis de la demanda existente

A la hora de realizar la investigación de este epígrafe, nos valdremos de estadísticas referentes a la afluencia de visitantes que ha registrado la localidad a lo largo de los últimos años observando, de este modo, la posible existencia de algún patrón o tendencia. En suma, realizaremos un cuestionario a turistas que hayan tenido la oportunidad de acudir a la ciudad con el fin de poder conocer las motivaciones que les ha llevado a escoger La Coruña como destino así como descubrir su grado de satisfacción con la experiencia.

4. Inclusión de nuevas tecnologías y realidad virtual en la dinámica de la ciudad

Recopilamos información de fuentes contrastadas, de manera que se nos permita conocer el potencial de adoptar esta medida, los sistemas que mejor se adaptarían a la ciudad, experiencias en otros destinos y el modo de poner el plan en funcionamiento.

Para justificar la idoneidad de la propuesta, se ha decidido realizar un cuestionario que analizará la percepción que turistas y residentes tienen acerca de la implementación de nuevas tecnologías en la dinámica de la ciudad. En suma, se persigue conocer el grado de satisfacción con la oferta turística de La Coruña así como el posible impacto que el turismo ejerce sobre la vida de los ciudadanos.

Para la realización del cuestionario se ha buscado una muestra variada de turistas y residentes para medir las posibles variaciones en las respuestas de ambos grupos que permitan obtener un diagnóstico lo más preciso posible de la salud del turismo coruñés. Un total de 46 personas han participado en esta encuesta conformando la muestra. Ha sido estructurada de la siguiente forma:

Fecha	Forma de encuesta	Número de participantes	Turistas	Residentes
01/04/2024 - 01/06/2024	Cuestionario online	46	17	29

Con el fin de obtener unos resultados apropiados que nos permitan alcanzar nuestro objetivo, se ha colocado una pregunta filtro al comienzo de la encuesta que separa a turistas y residentes a la hora de responder a las cuestiones.

Estas son las diferentes preguntas que se le ha presentado a la muestra partícipe:

❖ Turistas

- ¿Por qué motivo decidió viajar a La Coruña?
- ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad?
- ¿Tiene pensado volver a La Coruña a corto plazo?
- ¿Qué medio de transporte utilizó para desplazarse por la ciudad?
- ¿Considera que la ciudad estaba muy masificada en el momento de su visita?
- ¿Visitó una oficina de turismo durante su estancia?
- En caso afirmativo, evaluar: instalaciones de la oficina, amabilidad del personal, información facilitada, calidad del material (planos, guías...) y valoración global del servicio recibido
- ¿Cómo valora usted la calidad de la información turística de La Coruña?
- ¿Cómo valora los siguientes componentes de la oferta turística de la ciudad? (Recursos naturales, elementos patrimoniales, red de transporte, ocio y recreación)
- ¿Qué índice de sostenibilidad considera que presenta la ciudad?
- ¿Cómo valoraría la implementación de IA en la dinámica de la ciudad?
- ¿Cómo valoraría la introducción de Realidad Virtual para mejorar la difusión del patrimonio?
- ¿Qué considera que podría mejorar el atractivo turístico de La Coruña? (Pregunta abierta)

❖ Residentes

- ¿Considera que el turismo tiene un impacto en su día a día en la ciudad?
- En caso afirmativo, valorar su impacto
- ¿Cómo de importante piensa que es el turismo para La Coruña?
- ¿Qué medio de transporte suele utilizar para desplazarse por la ciudad?
- ¿Considera que la ciudad se masifica en exceso en épocas de temporada alta?
- ¿Cómo valora los siguientes componentes de la oferta turística de la ciudad? (Recursos naturales, elementos patrimoniales, red de transporte, ocio y recreación)
- ¿Qué índice de sostenibilidad considera que presenta la ciudad?
- ¿Cómo valoraría la implementación de IA en la dinámica de la ciudad?
- ¿Cómo valoraría la introducción de Realidad Virtual para mejorar la difusión del patrimonio?
- ¿Qué considera que podría mejorar el atractivo turístico de La Coruña? (Pregunta abierta)

MARCO TEÓRICO

Este trabajo tiene como elemento fundamental el territorio y dentro del territorio el análisis de un destino turístico, por ello nos basamos en la definición de “destino turístico”. A la hora de dar una connotación a este término se observan 3 corrientes diferentes: la primera de ellas se trata del enfoque de demanda y se caracteriza por abordar aspectos espaciales y objetivos. En segundo lugar, nos encontramos ante el enfoque de oferta, el cual aborda aspectos subjetivos próximos al consumidor. Por último, la tercera de las corrientes fusiona las dos primeras al integrar las cuestiones espaciales y la orientación hacia el turista.

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

Desde el enfoque de la demanda, se trata del lugar en el que coinciden tanto la demanda como la oferta turística. Dicho de otra manera, el enclave hacia el que se dirigen los turistas, teniéndolos como su principal objetivo (San Martín, 2005).

En el plano de la oferta, un destino turístico está formado por un paquete de facilidades y servicios turísticos compuesto por numerosos atributos que de manera conjunta determinan su atractivo (Hu y Ritchie, 1993).

Finalmente, la corriente que integra las corrientes de la oferta y la demanda afirma que un destino turístico es la concentración de instalaciones y servicios específicamente diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas (Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd y Wanhill, 1998).

Continuamos abordando el concepto de “oferta turística”. Para conceptualizar este término vamos a acogernos a la definición realizada por Sancho A. (2006). Esta autora sostiene que la oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios que se ponen a disposición del usuario turístico en un destino concreto, para su disfrute y consumo.

Es preciso tener en cuenta la vital trascendencia que supone tener un conocimiento adecuado del cliente, saber cuáles son sus expectativas y el modo en que estas han de ser satisfechas.

Una vez tratado el concepto de “oferta turística”, nos centramos en el concepto de demanda turística. Para dar connotación a este término, nos valdremos de la definición que ofrece Socatelli (2013). El autor sostiene que la demanda turística es el conjunto de visitantes o potenciales visitantes de un lugar concreto que en busca de satisfacer sus necesidades de viaje utilizan o consumen bienes y servicios turísticos. Del mismo modo, dicho conjunto de turistas, viajan o tienen en mente viajar motivados por diversos factores.

Por su parte, la OMT (2007) liga el concepto de demanda turística a la organización de las actividades de ocio de los turistas. En función de las motivaciones y de las necesidades que presente la demanda se conforman diferentes productos turísticos para satisfacer a la misma.

Siguiendo a Cabanelas (2019), la inteligencia artificial se define como la habilidad y la capacidad de un ordenador, red de ordenadores o red de robots controlados por ordenadores para llevar a cabo tareas comúnmente vinculadas a seres humanos inteligentes.

En otras palabras, la inteligencia artificial persigue el objetivo de que los ordenadores sean capaces de realizar una misma acción que puede ejecutar la mente humana con la ventaja de poder articular sistemas automáticos que hagan posible que la tarea se lleve a cabo (Boden, 2017).

La misión de este proyecto no es otra que convertir a La Coruña en una ciudad inteligente. Para conceptualizar el término de “*smart cities*” o ciudades inteligentes nos apoyaremos en la definición que propone Hollands (2008). Este autor hace referencia al concepto como la implementación y el despliegue de distintas infraestructuras de información y de tecnologías de comunicación con la finalidad de apoyar el crecimiento social y urbano

mediante la mejora de la economía, la participación de los ciudadanos y la eficiencia gubernamental.

Otros autores como Washburn et al. (2010) consideran que hablar de *smart cities* es hablar de ciudades que utilizan las tecnologías inteligentes de computación para lograr que los componentes fundamentales de la infraestructura y servicios de una localidad tales como educación, salud, seguridad pública o transporte mejoren en eficiencia, interconexión e inteligencia.

Una de las ciudades que más fuerte ha apostado por el uso de inteligencia artificial para convertirse en una *smart city* es Nueva York. En el año 2012, presentaron el sistema conocido como *Midtown in Motion*. Este programa abogaba por instalar un elevado número de sensores de microondas y cámaras de vídeo de tráfico con la finalidad de registrar los volúmenes de tráfico y la congestión. De esta forma, los ingenieros podrían identificar rápidamente los puntos de mayor atasco y ajustar de manera remota los patrones de señales de tráfico de modo que se eliminase la congestión en las carreteras de la ciudad.

Una de las sugerencias más comunes entre los residentes de las ciudades reside en la defensa de una mayor participación de los ciudadanos en aquellas cuestiones que atañen al municipio. Para este caso, podemos tomar como ejemplo el modelo de la capital de Islandia, Reykjavik. La ciudad estableció en el año 2008 una plataforma conocida como *Better Reykjavik* donde los residentes disponían de un foro de consultas online con el fin de presentar ideas que pudieran contribuir al desarrollo de la capital.

Algo similar se puso en funcionamiento en Taiwán mediante la propuesta conocida como vTaiwán. Aquí los residentes tenían la posibilidad de sugerir políticas que abordasen materias de importante índole para el territorio como la venta de alcohol en línea, la medicina en línea o el uso de Uber. Sin ir más lejos, se han formulado más de una veintena de piezas legislativas a nivel nacional con gran efectividad. La plataforma se vale de la inteligencia artificial para obtener información sobre el problema en cuestión y las personas que se puedan encontrar involucradas.

La Realidad Virtual es un avance tecnológico que ha llegado al mundo del turismo para quedarse. Desde hace varios años, el empleo de sus herramientas ha supuesto una revolución considerable en el seno del sector ofreciendo la posibilidad de realizar una experiencia inmersiva en algún destino de especial interés turístico sin necesidad de estar presente físicamente en él o también entrar en contacto con algún lugar de patrimonio cultural contribuyendo a una mejor conservación del mismo.

A lo largo de los últimos años son muchos los destinos y las empresas del panorama turístico que han realizado una apuesta firme por implementar herramientas de Realidad Virtual con la finalidad de maximizar unos beneficios y explotar unos atractivos que aparentemente habían quedado obsoletos o no eran capaces de sacarles todo el posible partido. Gracias a ello, han conseguido cautivar a un gran número de usuarios alcanzando una ventaja competitiva de la misma manera que han reforzado indudablemente su imagen de marca.

Un primer ejemplo para ilustrar todo lo mencionado se puede encontrar en el caso de la empresa británica de viajes Visit Wales. Después de percatarse que sus atracciones naturales no eran capaces de conseguir el número de reservas que habían marcado como

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

objetivo en sus predicciones, tomaron la decisión de recurrir a técnicas de Realidad Virtual con el fin de estrechar el contacto entre dichos parajes naturales y los visitantes potenciales.

A la hora de poner la idea en práctica apostaron por la creación de vídeos de delfines y martines pescadores que, a la postre, derivara en un mayor interés del público por acudir a estas atracciones naturales.

El resultado fue un éxito rotundo y tras la publicación de los vídeos de Realidad Virtual, las reservas crecieron la friolera de un 60% en comparación con los datos que venían obteniendo anteriormente.

Un segundo caso fructífero lo encontramos en la cadena hotelera mundialmente conocida Marriott. En el año 2015, la tecnología de Realidad Virtual se encontraba aún en su fase de nacimiento y pocas empresas se aventuraban a descubrirla. Sin embargo, la empresa norteamericana fue una de las pioneras en su uso y ofrecieron a sus huéspedes cascos de RV para que disfrutaran de la posibilidad de viajar a 3 destinos de interés turístico sin la necesidad de abandonar sus habitaciones. El experimento duró 24 horas y los resultados arrojaron un índice de satisfacción del 100%.

Para presentar un tercer ejemplo nos valdremos de un destino turístico con el que se pueda establecer un paralelismo con La Coruña y tomarlo como modelo. Hablamos de Praga, capital de la República Checa y de la historia de Marco Lueg, emprendedor argentino que, tras maravillarse con los encantos de la ciudad, fundó VRguide.me. Esta compañía ofrece a los turistas de la ciudad un servicio de Realidad Virtual para que los visitantes puedan, además de recorrer las calles de la capital, entrar en contacto con el pasado de la ciudad y conocer los aspectos más relevantes de su historia.

El tour realizado en Praga consiste en un recorrido por los enclaves de mayor atracción turística en el que existen distintas paradas clave en las que los usuarios se detienen y se colocan sus cascos de Realidad Virtual para realizar una experiencia inmersiva en el pasado de la capital checa. En un actividad que dura aproximadamente 2 horas, el turista asiste a una recreación de cómo era la localidad en la época de la Segunda Guerra Mundial y los diferentes eventos que acaecieron en lugares como la Iglesia de San Cirilo o el Castillo de Praga.

Una práctica como la que instauró Marco Lueg en Praga cada vez está más presente en otras capitales del continente europeo como Budapest, Viena o París.

Para finalizar el apartado del marco teórico, creemos conveniente definir una tipología de turismo que ha cobrado un protagonismo indudable en la ciudad gallega: el turismo urbano. El municipio ha sabido diversificar su oferta turística y no limitarse a la modalidad turística por excelencia de nuestro país, el turismo de sol y playa. Son muchos los atractivos que caracterizan La Coruña y han de ser explotados adecuadamente para maximizar su rendimiento.

La Organización de Naciones Unidas (ONU) define al turismo urbano como “un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola, basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios”.

La Coruña se ha situado entre los 10 destinos urbanos más visitados de nuestro país sólo por detrás de Burgos, Gijón, Palma de Mallorca, Valencia, Alicante, Málaga, Oviedo y Santiago de Compostela (Exceltur, 2023).

LA CORUÑA: ASPECTOS GENERALES

I. Localización

La Coruña es una ciudad que se encuentra ubicada en el extremo noroccidental de España siendo la capital de la provincia que lleva el mismo nombre y perteneciendo a la Comunidad Autónoma de Galicia. El municipio limita con otras localidades como Arteixo, Culleredo y Oleiros. Además, su costa se encuentra bañada por el Océano Atlántico.

II. Historia

La historia más remota de la ciudad de La Coruña data del año 61 a.C. , momento en que el emperador Julio César llega al territorio que, hasta ese momento, era conocido como Brigantium. Por aquel entonces, La Coruña era un enclave limitado a un castro de notable importancia como era el de Elviña. El emperador romano logró una serie de beneficios fruto de realizar el asalto a los puertos galaicos. En consecuencia, fue capaz de lograr el poder mediante el primer triunvirato y, a la postre, como cónsul.

Fue en 1208 cuando el Rey de León, Alfonso IX, ordena la fundación y la repoblación de la llamada entonces villa de Faro. En consecuencia, se le conceden a la ciudad foros y privilegios reales. El monarca tomó la decisión de establecer la casa de moneda de La Coruña así como de proteger la villa mediante una muralla durante el período que abarcó su reinado.

Más tarde, en 1446, el rey Juan II otorga el título de ciudad a la villa de La Coruña. Entre los diversos privilegios que ese hecho trajo consigo, se encontraba la aprobación del libre comercio con Inglaterra.

A punto de acabar el siglo XVI, en 1589, las tropas inglesas de Francis Drake realizan el asalto a la ciudad. Sin embargo, los vecinos coruñeses encabezados por María Pita, heroína del pueblo, oponen resistencia y provocan la retirada del ejército inglés. Tras este acontecimiento, hay que esperar hasta el año 1764 para que el rey Carlos III autorice el comercio con América. Esta concesión fue el germen de una etapa de prosperidad que desencadenó que la ciudad de la Coruña terminara por convertirse en el majestuoso territorio que conocemos en la actualidad.

III. Clima

La ciudad de La Coruña, debido a su localización geográfica, se caracteriza por presentar los conocidos como vientos del oeste que son responsables de la tradicional humedad que envuelve el territorio a lo largo del año. La región noroeste de España se encuentra marcada por un clima oceánico por la influencia notable que ejerce el Atlántico en su meteorología. Las temperaturas tienden a ser templadas. Sin ir más lejos, el mes más cálido del año muestra un promedio de temperatura inferior a los 22°C. Por otro lado, las precipitaciones son de gran abundancia siendo más persistentes durante el invierno. Finalmente, La Coruña presenta una dinámica atmosférica cuya amplitud térmica es mínima, es decir, existe escasa diferencia entre los picos más alto y más bajo de temperatura a lo largo de una jornada.

IV. Demografía

Según los datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2022, la ciudad de La Coruña cuenta con una población de 244.700 habitantes de los cuales, 113.439 de ellos se engloban dentro del género masculino mientras que los 131.261 ciudadanos restantes lo hacen dentro del femenino.

En lo que refiere a la edad de la ciudadanía, un 15,8% de los vecinos de la ciudad tienen menos de 20 años, un 58,8% tienen una edad comprendida entre los 20 y los 64 años mientras que el 25,4% de habitantes supera los 64 años de edad. Cabe destacar precisamente esta última cifra por haber presentado una tendencia al alza a lo largo de los últimos años, hecho que se traduce en un envejecimiento progresivo de la población.

La cifra total de ciudadanos que residen en la localidad de La Coruña contrasta significativamente con la escasa superficie territorial que ostenta el municipio: 37,83 kilómetros cuadrados. Esta circunstancia implica que el territorio en cuestión posea una densidad de población de 6.452,52 habitantes por kilómetro cuadrado. Sin duda, una de las mayores de todo el panorama nacional.

Los datos que acabamos de mencionar han implicado que La Coruña ostente también una de las zonas urbanizadas más densas de todo el continente europeo así como una de las que cuenta con un mayor promedio de altura: 5,15 plantas por edificio, cifra máxima dentro de España. Como no podía ser de otra manera, el hecho de que exista semejante cantidad de edificios en una urbe como la gallega viene aparejada de una escasez de espacios verdes que juega un papel decisivo en detrimento de la calidad de vida de la ciudad.

SUMARIO DE LOS PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS

Para la realización de este bloque nos hemos basado en aquellos recursos turísticos de mayor relevancia que el máximo organismo turístico de La Coruña (Turismo Da Coruña) recomienda en su página web. Además, se ha procurado hacer una recopilación que muestre

la enorme variedad de atractivos que presenta el municipio tales como recursos naturales, museos y manifestaciones culturales o elementos arquitectónicos que jugaron un papel protagonista en la historia de la localidad.

I. Torre de Hércules

Sin lugar a dudas, el atractivo por excelencia de la ciudad de La Coruña es la majestuosa Torre de Hércules. Construido durante el Imperio Romano, esta construcción debe su fama, entre otros hechos, a ser el faro en funcionamiento más antiguo del planeta. Tal y como constata la inscripción grabada al pie de la torre, fue levantada en el siglo I d.C. por el arquitecto Cayo Servio Lupo y durante el mandato del Emperador Trajano.

Para explicar su obra, hay que remontarse al año 61 a.C. , momento en que el célebre emperador Julio César llegó a la costa de Brigantium (nombre que recibía La Coruña en la antigüedad). Para el líder del Imperio Romano, la localidad suponía un lugar estratégico clave para las relaciones comerciales de Hispania. En suma, tuvo una trascendencia militar esencial a la hora de realizar la conquista de Britania. De ahí, la importancia que dio el Imperio al territorio y la decisión en firme que tomaron de instalar allí el faro. De esa manera, se facilitó considerablemente la navegación de los buques que tenían las Islas Británicas como destino de su ruta en la búsqueda de productos como el cobre o el hierro.

Varios siglos más tarde, concretamente en el V d.C., la invasión bárbara tiene por consecuencia que los romanos abandonen la ciudad de La Coruña. A partir de ese momento, la Torre de Hércules comienza a tener una utilidad diferente y se transforma en una fortificación de carácter militar y defensivo.

Acontecimientos como la conquista de América provocaron que se intensificase notablemente el tráfico marítimo y La Coruña y su puerto se convirtieron en un punto estratégico principal de cara al comercio entre la Península y las Indias.

Por otro lado, la Torre de Hércules debe su nombre a la mitología y a la leyenda que envuelve su historia. Se dice que Hércules llegó en su barca a las costas que bañan la ciudad de La Coruña y que fue en este lugar donde enterró la cabeza del gigante Gerión.

Cabe mencionar que al pie de la torre se encuentra la conocida como Rosa de los Vientos, un mosaico circular de 25 centímetros de diámetro que representa las ocho agujas que señalan los puntos cardinales y los diferentes símbolos que caracterizan a las naciones celtas.

- Galicia: vieira
- Tarsis: calavera
- Irlanda: trébol
- Escocia: cardo
- Isla de Man: trisquel
- Gales: dragón
- Cornualles: cáliz
- Bretaña: armiño

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

Volviendo a la actualidad, este monumento de 55 metros de altura recibió en el año 2009 la distinción de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y son muchos quienes la consideran la octava maravilla del mundo antiguo. A nivel nacional solamente le superan en altura el Faro de Chipiona y el Faro de Maspalomas.

II. Castillo de San Antón

El Castillo de San Antón se trata de una fortaleza de gran tamaño que fue instalada en el seno de la ciudad en el siglo XVI. Durante más de 200 años, hasta el siglo XVIII, la localidad gallega estuvo protegida por los cañones de grandes dimensiones que albergaba el castillo en su interior. En el momento en el que Carlos I llegó a la costa coruñesa en 1520 antes de partir hacia Flandes para ser proclamado Emperador, el monarca llegó a la conclusión de que existían ciertas carencias defensivas que dejaban al territorio en una posición vulnerable ante potenciales amenazas enemigas. Sin ir más lejos, en 1639 tuvo lugar un ataque contra el castillo por parte del Arzobispo de Burdeos. Este acontecimiento derivó en la necesidad de acometer obras para restaurar el Castillo de San Antón.

En otra instancia, el castillo era utilizado, a su vez, como lugar de aislamiento para aquellos marineros que llegaban a las costas de La Coruña afectados por algún tipo de enfermedad infecciosa. Además, sirvió para defender el territorio del intento de invasión por parte del ejército inglés.

Ya como finalidad secundaria, mencionar también que el Castillo de San Antón fue empleado a modo de cárcel municipal. Fue en 1960 cuando pasó a ser propiedad del Ayuntamiento dejando así de servir como prisión para delincuentes y presos políticos de la ciudad gallega.

En la actualidad, los turistas pueden visitar en su interior el Museo Histórico y Arqueológico de La Coruña, que cuenta ya con 55 años de recorrido. Dentro del museo se hallan miles de piezas cuyo valor económico y patrimonial resulta incalculable.

Entre las distinciones de las que hace gala este recurso turístico coruñés se encuentra la de Monumento Histórico Artístico, concedida en 1949. Además, en 1994 se distinguió al Castillo de San Antón como Bien de Interés Cultural (BIC) en la categoría de monumento.

Finalmente, el castillo debe su nombre a que en sus orígenes se hallaba en un pequeño islote que albergaba una ermita dedicada a San Antón.

III. Monte de San Pedro

En la actualidad, el Monte de San Pedro es uno de los recursos turísticos de mayor atractivo de La Coruña al tratarse de la zona verde de mayor importancia y fama de toda la ciudad y ser un excelente lugar del que disfrutar de una hermosa panorámica de toda la localidad.¹

¹ El Monte de San Pedro tiene una altitud de 142 metros sobre el nivel del mar.

En sus orígenes y al igual que sucedió con el Castillo de San Antón, el Monte de San Pedro supuso un enclave estratégico clave para la defensa no sólo de La Coruña, sino también del puerto de Ferrol. La altura a la que se encuentra el monte fue un factor decisivo para establecer allí un punto de semejante importancia militar.

Paradójicamente, era en Inglaterra, territorio enemigo de la armada española, el lugar donde se fabricaban numerosas piezas que componían la artillería de nuestro ejército. De Inglaterra se transportaban a Ferrol por vía marítima y, de ahí, se portaban a lo alto del Monte de San Pedro con la complicación que tal operación entrañaba.

Aunque España no participó en la 2ª Guerra Mundial, Galicia fue un lugar de importante trascendencia durante el transcurso de la guerra, especialmente en lo que respecta al ejército germano del dictador Adolf Hitler. De hecho, el líder del movimiento nazi valoraba notablemente los mares de la comunidad y los utilizaba para resguardar los barcos o submarinos que se encontraban en estado de fuga o para tareas de abastecimiento. Cabe destacar que Galicia era el principal exportador de wolframio del que disponía el gobierno nazi. Hablamos de un material fundamental para la construcción de artefactos nazis como, por ejemplo, tanques.

En lo que respecta a la historia más contemporánea del Monte de San Pedro hay que destacar la fecha del 19 de febrero de 1996, momento en que el Ministerio de Defensa cedió la base militar de San Pedro al Ayuntamiento de La Coruña. Desde entonces, se mantuvo el propósito de convertir la zona en un paraíso verde para los ciudadanos y los turistas procedentes de todos los rincones del mundo.

En la actualidad, existe un mirador desde el que los usuarios pueden disfrutar de unas maravillosas vistas de buena parte del paisaje marítimo de la localidad. En suma, se llevó a cabo la instalación de un elevador que permite ascender desde el paseo marítimo hasta el monte. Aún se conservan algunos restos militares de la época como los cañones, los cuales se encuentran integrados en una amplia zona de jardines que destaca por su rica flora, su laberinto de setos y un hermoso estanque.

IV. Museo Estrella Galicia

El Museo Estrella Galicia es uno de los lugares de mayor reclamo turístico para todos los amantes de la cerveza. Hablamos de una de las marcas cerveceras de mayor tradición en nuestro país y es que sus orígenes se remontan al año 1906 cuando entonces era conocida como La Estrella de Galicia. En este enclave, los clientes pueden realizar un tour en el que descubrirán los aspectos más relevantes de la historia de la compañía. Al final de la visita, los usuarios dispondrán de la posibilidad de culminar su experiencia con una deliciosa cata de las diversas variedades que Estrella Galicia comercializa en el mercado.

Es tal el éxito que ha supuesto el museo para la ciudad de La Coruña que a lo largo del año 2023 se rebasó la barrera de los 50.000 visitantes. De ellos, la gran mayoría residen en la localidad mientras que, a nivel internacional, sobresalen los turistas procedentes de países como Estados Unidos, el Reino Unido, Italia o Suiza. Uno de los factores clave para alcanzar

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

unos datos tan sumamente fructíferos reside en ostentar el honor de ser el único museo de toda España dedicado a la cultura de la cerveza.²

En el interior del museo, los visitantes pueden descubrir los métodos de producción de las diferentes variedades de cerveza, las herramientas y la maquinaria que hacen posible su fabricación e incluso disfrutar de música en directo ya que, en numerosas ocasiones, el Museo Estrella Galicia alberga conciertos de un gran abanico de estilos musicales.

Para finalizar, el museo brinda a los turistas la posibilidad de conocer la mejor técnica para servirse la cerveza y la oportunidad de disfrutar de un maridaje de cinco tipos de quesos de la Comunidad Autónoma de Galicia estando cada uno de ellos acompañado de una variedad distante de la marca cervecera.

V. Plaza de María Pita

La Plaza de María Pita es la plaza de mayor celebridad de toda la localidad y el auténtico corazón de la ciudad de La Coruña. Fue el coronel Joaquín Montenegro quien dio el orden de realizar el primer plano de la plaza en 1859.

La construcción de la plaza supuso la creación de un tributo a la heroína por excelencia de la ciudad, María Pita. Para contar su historia hay que remontarse al año 1589 cuando la armada inglesa, encabezada por Francis Drake, realizó un severo ataque contra la ciudad gallega. En el transcurso de la disputa, el marido de María, Gregorio de Rocamonde, fue tristemente asesinado. Llena de ira y rabia, la fémina cogió el estandarte de la bandera de Inglaterra y se sirvió de él para terminar con la vida del alférez que se encontraba al mando del feroz ataque dirigido contra la ciudad de La Coruña.

Tras pronunciar la conocida frase de “Quien tenga honra, que me siga”, las tropas inglesas tomaron la decisión de retirarse del territorio convirtiendo a María en la persona de referencia de la localidad. En consecuencia y como no podía ser de otra manera, se tomó la decisión de dar su nombre a la plaza de mayor renombre de La Coruña.

En el seno de la plaza, se encuentra una estatua de bronce de María Pita. Esta construcción mide más de 9 metros y fue instalada a mediados de 1998.³

VI. Aquarium Finisterrae

El Aquarium Finisterrae es uno de los recursos turísticos más atractivos de la ciudad dentro del ámbito de la naturaleza y la fauna. Con 25 años de edad y habiendo acogido a más de 6 millones de visitantes a lo largo de su trayectoria, el acuario tiene como finalidad principal instruir a los turistas acerca de las distintas especies de fauna marina que conforman el océano que baña las costas de la ciudad: el Atlántico.

² El Museo Estrella Galicia abrió sus puertas en el año 2019.

³ La estatua representa una escena en la que María Pita sostiene el cadáver de su marido en una de sus manos y la lanza de ataque en la otra.

Uno de los puntos fuertes de esta atracción es su excelente ubicación puesto que se halla al pie de la mencionada Torre de Hércules y en estrecho contacto con las aguas del Océano Atlántico. De este modo, se permite el acceso de numerosos organismos e invertebrados de pequeño tamaño que hacen las delicias de todos los visitantes.

Entre sus acontecimientos más célebres se encuentran la llegada de las primeras focas en el año 2000 cuyos nombres eran Petra y Hansi y el posterior nacimiento de las primeras de origen coruñés de la especie en 2003. Estas criaturas recibieron los nombres de Deneb y Altair. Por otra parte, durante el año 2006 se produjo la llegada de Gastón, un tiburón toro de grandes dimensiones que habita en la sala Nautilus.

El Aquarium ha sido víctima de las condiciones climatológicas adversas que a menudo tienen lugar en la ciudad de La Coruña. Sin ir más lejos, un fuerte temporal trajo consigo numerosos daños para el acuario en el año 2014.

VII. Playa de Riazor

Hablar de la Playa de Riazor es hacerlo de la playa de mayor popularidad de La Coruña y una de las más célebres a nivel estatal. Como no podía ser de otra manera, hace gala del distintivo de bandera azul fruto, entre otras cosas, de las óptimas instalaciones que alberga y del hermoso paseo marítimo que configura.

Riazor es un enclave ideal para aquellos amantes de un deporte marítimo como el surf debido a los fuertes vientos que caracterizan a la zona y que derivan en un alto oleaje que facilita la práctica de este deporte. Con 610 metros de longitud, se encuentra contigua a la Playa de Orzán, la otra playa de referencia de la ciudad. Junto con la de Matadero, este trío se une creando una concha abierta al Océano Atlántico.

Las numerosas zonas de restauración que bordean la playa provocan que la Playa de Riazor sea uno de los mejores parajes de la ciudad en el que relajarse y cuyas vistas son dignas de immortalizar. En suma, se encuentra próxima algunos sitios de interés como la Torre de Hércules o el Obelisco.

Como curiosidad, señalar que el nombre de “Riazor” se cree que procede de un riachuelo que existía antiguamente en la ciudad y que desembocaba en lo que hoy conocemos como la Playa de Riazor. Este elemento fluvial recibía el nombre de Río de los Azores.

VIII. Gastronomía

No se podía finalizar el bloque de los principales recursos territoriales turísticos de La Coruña sin citar uno que deleita el paladar del grueso de los turistas que visitan la ciudad: su exquisita gastronomía.

Para empezar, tenemos que destacar a la joya de la corona: el pulpo a feira. Este plato consiste en un pulpo cocido dispuesto en rodajas y acompañado de un toque de pimentón y aceite para potenciar el sabor.

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

En segunda instancia y, aunque no es un plato originario del mismo centro de La Coruña, la ciudad es un lugar idóneo para saborear la tortilla de Betanzos, municipio localizado a escasos 25 kilómetros de la capital de provincia. El factor diferencial de esta variedad de tortilla reside en elaborar el plato empleando productos autóctonos, prescindiendo de la cebolla y quedando poco hecha.

En tercer lugar, hay que dar protagonismo al lacón con grelos, una receta que combina el lacón cocido, chorizo, patatas y los propios grelos.

Finalmente, hay numerosos productos originarios de la comunidad gallega de los que se puede disfrutar en el centro de La Coruña como los quesos, el marisco, la empanada o los pimientos de Padrón.

A continuación, se muestra una tabla donde se recogen todos los recursos turísticos que hemos tratado a lo largo del epígrafe con su correspondiente clasificación atendiendo al criterio de la OEA.

Recurso turístico	Clasificación OEA	Imagen
Torre de Hércules	2.3. Museos y manifestaciones culturales, testimonios de culturas del pasado / Lugar histórico	
Castillo de San Antón	2.3. Museos y manifestaciones culturales, testimonios de culturas del pasado / Lugar histórico	
Monte de San Pedro	1.1. Sitios naturales / Montañas	
Museo Estrella Galicia	2.1. Museos y manifestaciones culturales, testimonios de culturas del pasado / Museos	

Plaza María Pita	2.2.4. Museos y manifestaciones culturales, testimonios de culturas del pasado / Obras de arte y técnica / Arquitectura	
Aquarium Finisterrae	4.5.1. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas / Centros científicos y técnicos / Zoológicos y acuarios	
Playa de Riazor	1.3.1. Sitios naturales / Costas / Playas	
Gastronomía	5.3.8. Acontecimientos programados / Gastronomía	

LA CORUÑA: OFERTA TURÍSTICA

Para llevar a cabo el análisis de datos pertinente de este epígrafe nos valdremos de las estadísticas proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

I. Establecimientos turísticos

La cantidad de establecimientos turísticos abiertos en la ciudad de La Coruña gira en torno a las 65 unidades. Esta cifra tiende a alcanzar sus máximas en la temporada alta de verano, especialmente en los meses de julio y agosto. Como podemos ver en el siguiente gráfico, el municipio presenta unos datos similares a los que mostraba antes de la pandemia del Covid-19. Este desafortunado período derivó en el cierre de una buena parte de los establecimientos que no eran capaces de hacer frente a las devastadoras pérdidas sufridas.

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial



Imagen 1. Número de establecimientos turísticos abiertos en La Coruña. Fuente: INE

II. Número de plazas turísticas

Al hilo de lo mencionado en el apartado anterior, hay que subrayar que la oferta turística del municipio coruñés supera las 5000 plazas distribuidas entre sus más de 60 establecimientos. Sin ir más lejos, el pasado mes de agosto de 2023 se alcanzó un pico con un total de 5.359 plazas. Como podemos observar a continuación, la cifra se ha mantenido relativamente estable desde el final de la pandemia, alcanzando máximos en épocas de temporada alta y mínimos en temporada baja.



Imagen 2. Número de plazas turísticas. Fuente: INE

III. Personal empleado

La cuantía de personal empleado en el ámbito del alojamiento turístico presenta una clara tendencia al alza en la ciudad de La Coruña. El pasado mes de agosto se alcanzó un dato récord al alcanzarse un total de 587 empleados, que contrastan drásticamente con los 316 que se registraron el mismo mes del año de la pandemia (2020).



Imagen 3. Personal empleado. Fuente: INE

IV. Oficinas de turismo

En La Coruña existen dos oficinas de turismo gestionadas por el Ayuntamiento de la ciudad cuya labor es proporcionar al turista una información óptima y precisa de todo aquello que concierne a la localidad. Estas oficinas se encuentran situadas próximas a dos lugares de considerable interés como son la Torre de Hércules y la Plaza de María Pita.

LA CORUÑA: DEMANDA TURÍSTICA

La Coruña presenta unos datos de demanda turística que claramente invitan al optimismo. Las cifras cada año son más alentadoras y sirven como prueba para demostrar que la recuperación de los efectos de la pandemia ha sido notoriamente fructífera.

I. Número de viajeros

Para comenzar, a lo largo del año 2023 fueron un total de 466.666 las personas que pasaron por el municipio coruñés. Esta cifra supone un incremento porcentual de 6,6 con respecto al dato arrojado al término del ejercicio anterior. En suma, se produjo un aumento no sólo del número de viajeros a nivel nacional sino también, a nivel internacional. El primer grupo lo conformaron un total de 362.463 turistas creciendo así, un 1,5% respecto al año 2022. En otra instancia, la cuantía de viajeros internacionales alcanzó los 104.203, un crecimiento exponencial del 29% en relación a los datos del año 2022.

A nivel nacional, se alcanzó un pico de 44.307 viajeros en el mes de agosto del año 2021. Podemos suponer que la razón de que el récord se produjera en aquella temporada fue el conjunto de medidas restrictivas que pusieron los distintos países durante la época de pandemia que potenció de manera considerable el turismo nacional.

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

En lo que a turistas internacionales se refiere, se puede observar una clara tendencia ascendente habiéndose alcanzado el máximo el pasado mes de agosto con la llegada de 13.547 turistas de procedencia externa al ámbito nacional.

En el siguiente gráfico que ilustra todo lo que se acaba de exponer, los turistas nacionales se identifican con el color verde mientras que los internacionales vienen representados por el color marrón.



Imagen 4. Número de viajeros que llegan a La Coruña. Fuente: INE

II. Grado de ocupación por plazas

El grado de ocupación en la ciudad de La Coruña oscila en un intervalo comprendido entre el 70 y el 80%. El pasado mes de agosto se alcanzó el pico máximo con una ocupación del 71,32%, aún lejos del dato recogido el mismo mes del año precedente a la pandemia cuando se alcanzó una cifra del 82,84%.

En el gráfico que se muestra a continuación se puede observar un aumento progresivo del grado de ocupación en el período fuera de la temporada estival. Esto supone una noticia extraordinaria para el turismo de la localidad al no tener una concentración particular y, por consiguiente, una excesiva dependencia de la etapa veraniega.



Imagen 5. Grado de ocupación por plazas. Fuente: INE

III. Estancia media

En lo que refiere a la estancia media, el territorio coruñés no presenta un dato extremadamente lejos, todo lo contrario. El promedio de días de estancia en la localidad se mueve en una horquilla entre 1,7 en caso de temporada baja y 2,7 en época de alta demanda de turismo.

Los datos recogidos a lo largo del ejercicio 2023 suponen un descenso del 10,11% en comparación con la cifra que se obtuvo durante el año anterior.

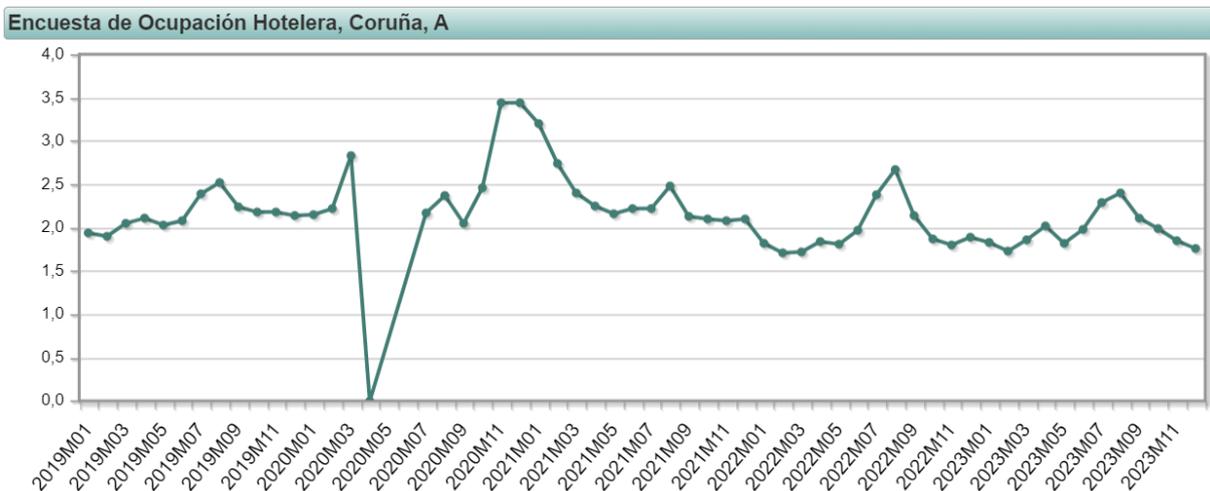


Imagen 6. Estancia media en La Coruña. Fuente: INE

PROPUESTA DE MEJORA DEL PLAN TURÍSTICO

Es en este momento cuando conviene rescatar las pautas que Ivars et Al. (2019) proponen en su modelo para convertir un territorio en un destino turístico inteligente. Empezamos por abordar el plano estratégico-relacional. En materia de gobernanza, vemos que es fundamental que exista una cooperación entre el conjunto de agentes de interés que confluyen en la ciudad. Para ello, hay que tomar en consideración no sólo aquellos aspectos que los turistas crean conveniente mejorar sino aquellas sugerencias que expresen los residentes que conforman la localidad día a día.

Desoír las propuestas de los residentes y volcarse plenamente en atender las necesidades de los turistas termina por convertir la estrategia turística en un auténtico fracaso. Trabajar en mejorar la calidad de vida de los residentes tiende a derivar en una mejora sustancial de las condiciones que experimentan los turistas a lo largo de su estancia y, consecuentemente, en una satisfacción de sus expectativas.

Por otro lado, se debe poner en funcionamiento una planificación que tenga como estandartes la innovación y la sostenibilidad. Convertirse en un destino turístico inteligente significa aplicar tecnología de última generación en la dinámica de la ciudad. Indudablemente hay que realizar esta labor mediante prácticas sostenibles que no hagan decaer el valor del territorio o comprometan seriamente sus recursos de cara al futuro.

En lo que refiere al marco instrumental, vemos como resulta fundamental trabajar en optimizar los sistemas de información y aplicar tecnología *big data* de cara al manejo óptimo y efectivo de los datos recogidos.

Finalmente, en la fase de aplicación es de vital necesidad sacar a la palestra soluciones inteligentes como vía de resolución de los problemas más denunciados por turistas y residentes. Como se ha indicado al comienzo del trabajo, la idea sobre la que gira este proyecto es la potencial incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) y Realidad Virtual (RV) en la dinámica de la ciudad como instrumento de mejora para la calidad tanto del turismo como de la vida de los residentes.

De llevarse a cabo la propuesta, la imagen de La Coruña de cara al exterior se revalorizaría exponencialmente convirtiéndose en un territorio notablemente avanzado en materia tecnológica y preocupado por mejorar el día a día de todos aquellos ciudadanos o turistas que transitan por sus calles.

Estas soluciones inteligentes que venimos anunciando han de aplicarse en la manera en que se proporciona la información turística al usuario. Hablamos de alternativas cuya utilización no se ha de restringir únicamente a aquellos recursos turísticos más demandados por los visitantes sino también en las oficinas de turismo de la ciudad donde se brinda al cliente una serie de recomendaciones, pautas e instrucciones cuya misión no es otra que maximizar su satisfacción y crear una experiencia sobresaliente que motive al viajero a realizar una visita adicional al municipio.

La realización de estas prácticas repercute drásticamente en el marketing de la ciudad como destino turístico de interés. Una ciudad volcada en mejorar la experiencia de los turistas

al mismo tiempo que cuida el bienestar de sus ciudadanos se traducirá en un aumento exponencial del atractivo del territorio. Esta circunstancia terminará por traducirse en una crecida notable del número de turistas. Consecuentemente, este hecho será una inyección considerable para las arcas económicas de la localidad. A partir de esa suma de dinero, se podrá trabajar en continuar aplicando tecnología de última generación y en sacar a la luz las mejores soluciones. Hablamos de un ciclo continuo donde el dinero, la sostenibilidad y la tecnología se fusionan para fabricar una experiencia sin igual.

No podemos olvidar que un aumento desorbitado del número de turistas podría suponer un arma de doble filo y contribuir a elevar al máximo exponente la problemática de masificación que padecen un gran número de ciudades, lo cual iría en detrimento de la calidad de vida de los residentes y de la experiencia de los turistas. Sin embargo, es en este punto en el que dichas soluciones inteligentes han de jugar un papel esencial para paliar esa potencial adversidad.

I. Análisis de los resultados

A continuación, nos disponemos a comentar las principales conclusiones que hemos podido extrapolar a partir de la realización de este cuestionario. Para ello, analizaremos los datos arrojados en ambas vertientes: turistas y residentes.

En primer lugar, las motivaciones que han llevado a los viajeros a emprender un viaje a la ciudad de La Coruña han sido verdaderamente variadas. Desde una experiencia meramente turística hasta la asistencia a eventos de carácter cultural o deportivo, sin olvidar la visita a familiares o amigos o motivos de trabajo o estudios. Esto supone, desde nuestro punto de vista, una excelente noticia para el turismo de la localidad puesto que no concentra su afluencia de viajeros en una motivación concreta. No podemos olvidar una de las problemáticas a las que se viene enfrentando el sector turístico español durante los últimos años como es la excesiva dependencia del turismo de sol y playa. Precisamente no es este uno de los puntos fuertes que caracterice a una Comunidad Autónoma como Galicia que debe dedicarse en potenciar otras tipologías de turismo. Por lo tanto, presentar esta amplia gama de motivaciones que llevan a los viajeros a acudir a La Coruña es un dato sumamente alentador.

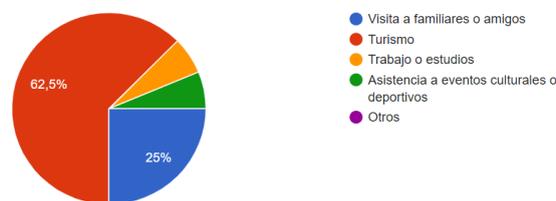


Imagen 7. Motivaciones de los turistas que viajan a La Coruña. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

En otra instancia, un amplio porcentaje de los encuestados han repetido su experiencia de viajar a La Coruña. He aquí otra noticia positiva para la perspectiva del turismo del territorio que ve como los turistas quedan lo suficientemente encantados con la oferta que la ciudad les brinda que se deciden por repetir la experiencia. En suma, una visible mayoría del

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

76% manifiesta su intención de volver a la ciudad gallega a corto plazo. En otras palabras, se palpa una apreciable demanda turística.

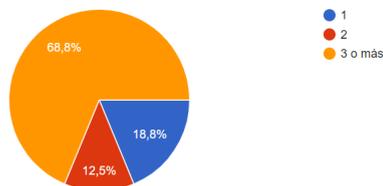


Imagen 8. Número de veces que los viajeros han ido a La Coruña. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

En lo que refiere al medio de transporte que los turistas utilizan para desplazarse por la ciudad, observamos una gran variedad. La mayoría de ellos recurren al vehículo personal para realizar sus traslados pero, sin embargo, un porcentaje nada desdeñable del 56% se decanta por otras alternativas más concienciadas con el medio ambiente como son el empleo del transporte público o caminar. En contraposición con estos datos, los residentes abogan por desistir del vehículo personal y optan por desplazarse a pie para moverse de un lado a otro de la ciudad.

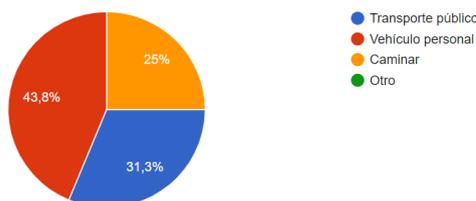


Imagen 9. Medio de transporte utilizado por los turistas en La Coruña. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

¿Qué medio de transporte suele utilizar para desplazarse por la ciudad?

26 respuestas

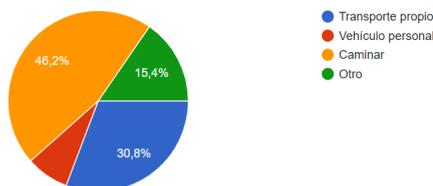


Imagen 10. Medio de transporte empleado por los residentes de La Coruña. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Por otro lado, una considerable mayoría del 87% no encontró un problema de excesiva masificación durante su experiencia en La Coruña. Sin lugar a dudas este es uno de los inconvenientes a los que han de hacer frente numerosas ciudades a nivel internacional cuya desorbitada afluencia de viajeros termina por convertir la experiencia turística en un recuerdo desagradable. Sin embargo, al preguntar a los residentes, estos manifiestan una opinión contraria a los turistas y un importante 92% sí considera que existe un problema de masificación en el seno de la ciudad en épocas de temporada alta.

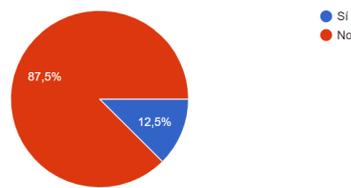


Imagen 11. Masificación de la ciudad desde el punto de vista de los turistas. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

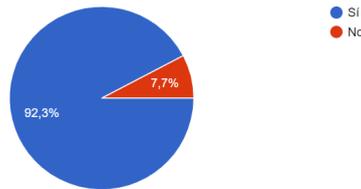


Imagen 12. Masificación de la ciudad desde la perspectiva de los residentes. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Pasando a analizar la calidad de la información turística que se proporciona en el seno de la ciudad, nos encontramos con un alto porcentaje de turistas que no optaron por acudir a una oficina de turismo en busca de asesoramiento para emprender sus respectivos itinerarios. Podemos suponer que en los tiempos que vivimos, muchos viajeros recurren a Internet para llevar a cabo las consultas o las distintas dudas que les puedan surgir.

De aquellos turistas que decidieron entrar a una oficina de turismo, una mayoría irrefutable quedó notoriamente satisfecha con el servicio brindado. De entre todos los factores analizados, no existe alguno concreto en los que se pueda observar algún punto débil a comentar.

En lo que refiere a la oferta turística de La Coruña, los turistas se muestran visiblemente encantados con todos sus componentes. De entre ellos, podemos destacar los recursos naturales o el ocio y recreación que la ciudad presenta a sus visitantes.

En materia de sostenibilidad, la práctica totalidad de los encuestados considera que la ciudad gallega presenta un 4 sobre 5 en este apartado siendo el 5 el nivel más positivo de la valoración. Es indudable que dar esa imagen de ciudad sostenible a los turistas puede suponer una ventaja competitiva para La Coruña en comparación con otros destinos turísticos con los que pueda rivalizar.

Adentrándonos en la propuesta de introducción de Inteligencia Artificial y Realidad Virtual con la finalidad de optimizar el funcionamiento de la ciudad, la difusión del patrimonio y, en definitiva, mejorar la calidad de la experiencia turística, los encuestados se muestran notablemente encantados con ambas ideas. En primer lugar, un alto porcentaje del 65% considera un acierto la posibilidad de implementar herramientas de IA para recopilar y analizar una amplia variedad de datos de servicios municipales. Consideran que algunas de las problemáticas que puedan tener lugar en la actualidad podrían resolverse recurriendo a esta tecnología.

Entre los comentarios de posible mejora en la ciudad, destacamos la sugerencia de incrementar la cuantía de áreas verdes de la ciudad o una potencial mejora de las zonas de

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

acondicionamiento de las zonas periféricas del municipio. Se considera que, de esa manera, mejoraría la habitabilidad de los residentes y, por consiguiente, el atractivo turístico se vería enormemente incrementado.

A continuación, pondremos el foco en extraer las principales conclusiones de las respuestas proporcionadas por parte de los residentes de la ciudad. Además, se compararán con las brindadas por los turistas para observar si existe alguna contradicción a tomar en consideración entre ambos grupos.

Para comenzar, una mayoría contundente de los residentes sostienen que el turismo ejerce un impacto en sus vidas cotidianas. De ella, un amplio porcentaje lo considera positivo. En suma, podemos observar que la importancia de la práctica turística para el municipio de La Coruña está fuera de cualquier tipo de duda para los residentes de la localidad.

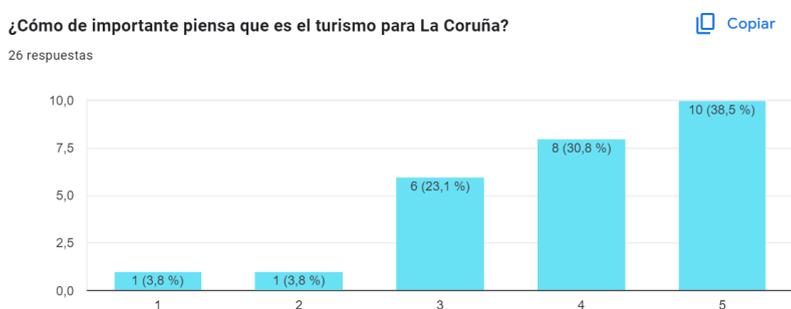


Imagen 11. Valoración de la importancia del turismo para los residentes de La Coruña. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

En relación a la calidad de la oferta turística de la ciudad de La Coruña, los residentes encuentran la problemática principal en la red de transporte que conecta los distintos puntos de interés del municipio. Sin lugar a dudas, esto es algo en lo que se debe trabajar si se persigue la idea de convertir la ciudad gallega en un territorio competitivo en el ámbito turístico. Respecto al resto de ingredientes de la oferta coruñesa, los ciudadanos se muestran plenamente satisfechos en lo que refiere a recursos naturales, al ocio y la recreación.

Por otra parte, los habitantes de la localidad consideran que La Coruña presenta un índice de sostenibilidad bueno. Hablamos de una condición fundamental a la hora de velar por una buena calidad de vida de los residentes y, no olvidemos que trabajar en mejorar las condiciones de los ciudadanos se traduce en una mejora exponencial del rendimiento turístico.

En lo que atañe a la propuesta turística que planteamos para el territorio, los vecinos de La Coruña se encuentran indecisos sobre la conveniencia de introducir herramientas de Inteligencia Artificial con el fin de mejorar la dinámica de la misma.

¿Cómo valoraría la implementación de IA en la dinámica de la ciudad?

[Copiar](#)

26 respuestas

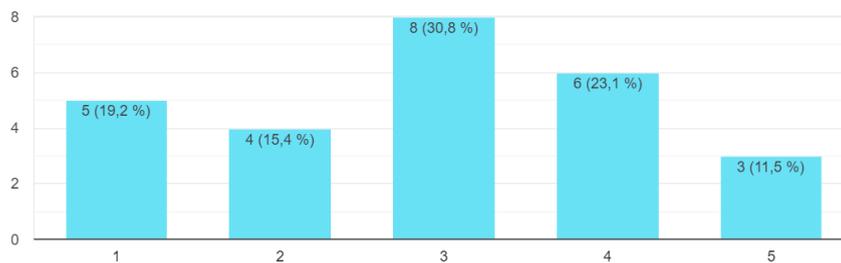


Imagen 12. Disposición de los residentes de La Coruña a introducir técnicas de IA en la ciudad. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Algo parecido sucede con la propuesta de introducir dispositivos de Realidad Virtual como vía de mejora para la difusión del patrimonio de la ciudad. En este caso, los vecinos se muestran algo menos reticentes a la idea.

¿Cómo valoraría la introducción de realidad virtual para mejorar la difusión del patrimonio?

[Copiar](#)

26 respuestas

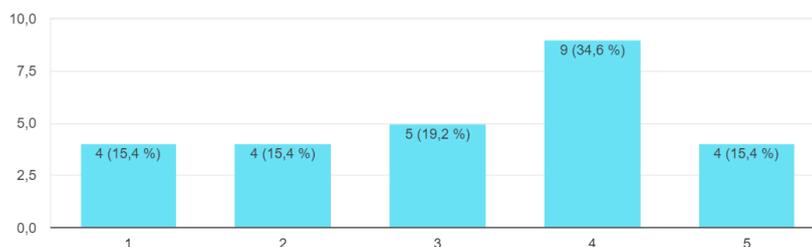


Imagen 13. Disposición de los vecinos de La Coruña a emplear dispositivos de Realidad Virtual como vía para la mejora de la difusión del patrimonio de la ciudad. Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Cuando preguntamos a los residentes acerca de posibles sugerencias que podrían ayudar a mejorar el rendimiento turístico de la ciudad nos encontramos con una gran variedad de propuestas. En primer lugar, se menciona la posibilidad de trabajar en el marketing de La Coruña. Se considera que existen un sinfín de lugares de gran atractivo que los turistas desconocen y que tampoco existe un énfasis especial por darlos a conocer.

Otros abogan por cambiar el modelo turístico del municipio con la finalidad de paliar el problema de masificación turística que afirman padecer en períodos de alta demanda turística.

Acertadamente, múltiples residentes defienden la idea de contar con ellos a la hora de ejecutar una planificación turística porque, como bien hemos señalado anteriormente, la inversión en mejorar la calidad de vida de la ciudadanía termina dando sus frutos en materia de atracción turística y posterior satisfacción del visitante.

Una propuesta bastante común entre los ciudadanos tiene que ver con la apuesta por un turismo sostenible y de calidad. Un turismo que verdaderamente muestre interés por la riqueza patrimonial que alberga la localidad gallega. En esta línea, algunos de ellos se muestran interesados por la posibilidad de establecer una cantidad superior de espacios verdes.

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

Por otro lado y como hemos dejado entrever con anterioridad, los vecinos de La Coruña demandan una mejora pronta de las condiciones del transporte público, especialmente en lo que refiere a la frecuencia de este.

II. Herramientas de Inteligencia Artificial

Después de haber extraído algunas importantes conclusiones del cuestionario que hemos realizado, tratamos otros temas como: eficiencia del transporte público, la reducción de la masificación, el establecimiento de espacios verdes adicionales y la participación de la ciudadanía en una planificación turística benévola con turistas y residentes.

Para empezar, existe la necesidad de encontrar una solución que mejore la efectividad del principal medio de transporte público de la ciudad, el autobús, al mismo tiempo que reduzca la congestión del tráfico que abunda en épocas de temporada alta y que afecta, indudablemente, a la frecuencia de paso de los autobuses.

La Inteligencia Artificial puede servir de ayuda a la hora de regular el tráfico en tiempo real. Un ejemplo de esto podría ser la instalación de semáforos inteligentes que se ajustan de manera automática en función de la cantidad de vehículos que haya en una zona concreta. Además, esta herramienta tendría una ventaja adicional que consistiría en la generación de información acerca del tráfico. De esta manera, los conductores encontrarían rutas más rápidas y eficientes de manera asequible.

Por otro lado, la IA es capaz de realizar una predicción de la demanda potencial de transporte público y privado analizando patrones de viaje y diversos eventos que tiendan a celebrarse en la ciudad. En consecuencia, la planificación del transporte mejoraría drásticamente y los servicios de transporte podrían programarse de una forma mucho más eficiente.

Una de las principales demandas que realizaban los residentes de La Coruña tenía que ver con una mejora de la conexión de la red de transporte público de la ciudad. La Inteligencia Artificial puede ser una herramienta de gran utilidad a la hora de realizar un análisis de rutas. Con frecuencia, el servicio de autobús transcurre en rutas históricas que han dejado de ser óptimas para el usuario o falta en ciertas áreas en las que existe una demanda no descubierta. La recopilación de datos anónimos en estas zonas como quién vive allí, dónde estudian o trabajan o cuáles son sus principales motivaciones para desplazarse puede ser un factor esencial para crear nuevas rutas de transporte que aporten una importante dosis de calidad a la red.

La puesta en marcha de estas alternativas se traduciría en una indudable reducción de emisiones. El decrecimiento de la congestión tendría como consecuencia un menor tiempo de aceleración y ralentización, acciones en las que la emisión de gases contaminantes es considerablemente mayor. En suma, se produciría una estimulación económica puesto que una movilidad eficiente trae consigo un flujo constante de bienes y personas. En tercera instancia, se perseguiría una mejora en materia de seguridad vial ya que, al ser capaces de identificar

situación de tráfico peligrosas mediante el uso de IA, el riesgo de que tenga lugar un accidente se reduciría notablemente.

No podemos olvidar que una inversión en mejorar la red de transporte público suele venir aparejada de un progresivo abandono del vehículo particular para desplazarse. De producirse esta circunstancia, todos aquellos espacios que en la actualidad se destinan a los automóviles podrían convertirse en entornos verdes que reforzasen la sostenibilidad del municipio.

Por otra parte, se plantea la creación de una plataforma similar a las establecidas en Taiwán y la ciudad de Reykjavik para aumentar la participación ciudadana en las decisiones que afectan a su día a día en la ciudad. En ella, los residentes podrán plantear todo tipo de sugerencias y requerimientos que contribuyan al desarrollo y al progreso de la localidad. Como ya hemos comentado anteriormente, mejorar las condiciones de los residentes deriva un impacto positivo en la imagen y la experiencia que los turistas se llevan de la ciudad.

Para mejorar el atractivo de la propuesta, es conveniente identificar a la plataforma con un nombre breve pero que recoja la idea fundamental del proyecto. Proponemos llamarla “*Coruña escóitate*” (“La Coruña te escucha”). De esta manera, se fusionan en un eslogan la cultura gallega con el sentimiento que el ciudadano ha de experimentar de sentirse atendido.

Además, en la búsqueda de maximizar el beneficio derivado de la plataforma se emplearía la inteligencia artificial del mismo modo que han hecho en Taiwán. La recopilación de diferentes datos de los residentes sería de gran ayuda para trazar una planificación basada en la participación y el bienestar de los ciudadanos.

III. Empleo de Realidad Virtual

La Realidad Virtual ha de ser empleada con la misión de explotar al máximo los atributos diferenciales de los distintos recursos territoriales turísticos que conforman la totalidad del municipio. Una de las herramientas digna de estudio serían las gafas de realidad virtual como medio de difusión de los valores patrimoniales.

Si hay dos enclaves que sobresalen en la historia de La Coruña son, sin lugar a dudas, la Torre de Hércules y el Monte de San Pedro. Desde ambos lugares, los visitantes pueden experimentar un contacto estrecho con la historia y la cultura del municipio además de deleitarse con unas vistas privilegiadas del entorno. Sin embargo, hay que buscar ir un paso más allá y añadir un valor distintivo y singular que atraiga un mayor número de visitantes.

La Torre de Hércules, como señalamos en el sumario de recursos, servía como faro y como lugar de vigilancia de aquellas embarcaciones que llegaban a las costas coruñesas. Consideramos que una de las ideas que revolucionaría por completo la imagen de este monumento sería establecer una conexión fructífera entre historia y tecnología mediante el uso de gafas de Realidad Virtual. Invitar al usuario a vivir la experiencia de los vigías que controlaban el acceso a la ciudad por vía marítima y permitirles descubrir cómo era la sensación de ejercer ese control de los barcos que rondaban la costa podría ser un recuerdo que quedase grabado en la memoria de los visitantes y que elevase a la máxima potencia la valoración de su estancia.

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

Un razonamiento similar se podría aplicar a un entorno privilegiado como el del Monte de San Pedro, el lugar de defensa por excelencia de la ciudad coruñesa. Desde nuestro punto de vista, este lugar cuenta con unas características que lo convierten en un enclave paradisiaco como es la belleza singular de su naturaleza. Una panorámica de la ciudad y un espacio verde con el mar sirviendo de acompañante. Sin embargo, consideramos que restringir el encanto de este recurso turístico a sus virtudes naturales equivaldría a no explotar lo suficiente un enclave tan maravilloso. Resulta ilusionante pensar cómo sería otorgar al visitante la posibilidad de recrear cómo eran las labores de defensa del territorio y la impresión que suscitaban los ataques de las fuerzas enemigas.

Otro enclave en el que sería factible implementar técnicas de Realidad Virtual es el Museo Estrella Galicia, lugar de culto por excelencia para los amantes de la cerveza. En la actualidad, el museo cuenta con un atractivo singular como es brindar el aprendizaje de todas las fases de elaboración de la bebida. Sin embargo, es posible explotar aún más el encanto del museo otorgándole al visitante la oportunidad de no sólo conocer cómo se fabrica su cerveza preferida, sino ser él mismo quien la fabrique mediante una experiencia inmersiva con gafas de Realidad Virtual.

De nuevo, cabe señalar el importante avance que la Realidad Virtual puede implicar en materia de participación ciudadana. Los residentes tendrían ante sí la posibilidad de explorar diferentes propuestas de desarrollo, mostrar sus preocupaciones y poner su granito de arena sacando a la palestra ideas que contribuyan a tomar decisiones de manera más informada y notoriamente más representativa.

CONCLUSIÓN

La ciudad de La Coruña presenta unas características como destino turístico idóneas para poner en marcha un plan de gestión turística de la ciudad, mediante el uso de las nuevas tecnologías y la inteligencia artificial. Su rica combinación de recursos patrimoniales de significativa relevancia histórica, elementos naturales y una cultura singular explica el atractivo de una localidad que anualmente atrae a cientos de miles de turistas.

La localidad gallega ofrece al sector una oferta turística que muestra una clara tendencia al alza y una sobresaliente recuperación de los estragos derivados de la pandemia del Covid-19. El aumento de la cuantía de establecimientos turísticos y del personal empleado se funde con una demanda creciente por parte de los turistas. Además, las dos oficinas de turismo en el lugar de destino brindan al cliente una experiencia satisfactoria en materia de atención ofrecida y de material suministrado durante la estancia del viajero.

En el municipio coruñés confluyen dos perfiles de usuarios: un turista que muestra un indudable agrado con la oferta turística del municipio que queda patente con la visible voluntad que muestran de repetir la experiencia y un residente que, estando de acuerdo con la vital trascendencia que supone el turismo para la ciudad, demanda una mayor participación ciudadana en lo que a planificación turística se refiere a la vez que muestra una importante preocupación por la masificación en épocas de temporada alta y la voluntad de realizar notorios avances en el ámbito del transporte público.

Es bien sabido que aquellos desarrollos que se llevan a cabo con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los residentes desencadenan un crecimiento exponencial de la satisfacción que los turistas experimentan a lo largo de su estancia en la ciudad de La Coruña. Por ello, se reclama un modelo turístico que no gire únicamente en torno a la figura del viajero sino que también incluya en la ecuación al residente.

La tecnología está a la orden del día y, como se ha comprobado en diversos destinos turísticos competitivos, la implementación de herramientas de Realidad Virtual e Inteligencia Artificial han traído consigo un importante auge de la demanda turística que ha venido aparejado de una optimización de la calidad del día a día de los ciudadanos.

El empleo de la Realidad Virtual supone un factor decisivo en la búsqueda de maximizar la difusión del patrimonio turístico del territorio. La realización de experiencias inmersivas ligada al hecho de facilitar la posibilidad de entrar en contacto con el pasado de la localidad crea una experiencia difícil de olvidar para el usuario. Por su parte, la Inteligencia Artificial contribuye a establecer una red de transporte público de mayor calidad y beneficiosa para ambos, turistas y residentes, a la vez que reduce considerablemente la adversidad que origina la congestión que marca a La Coruña en períodos de mayor afluencia.

El empleo de RV e IA ayuda a crear una planificación turística que tenga la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente como principales estandartes. La combinación de historia, cultura, naturaleza y tecnología pueden hacer de La Coruña un destino que cuente con una ventaja competitiva suprema que le ponga a la altura de los mejores enclaves turísticos del panorama internacional ofreciendo al turista una experiencia única e inolvidable.

BIBLIOGRAFÍA

Amil, I. F. (2020, 26 enero). La Torre de Hércules: El Faro que construyeron los dioses. Quincemil.

<https://www.elespanol.com/quincemil/articulos/cultura/la-torre-de-hercules-el-faro-que-construyeron-los-dioses>

Boden, M. (2017). *Inteligencia artificial*, Madrid: Turner.

Cabanelas J. (2019). Inteligencia artificial ¿Dr. Jekyll o Mr. Hyde?. Mercados y Negocios, núm.40, pp 5-22

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1998). *Tourism: Principles and Practices*. England: Adison Wesley: Longman (2ª ed).

Coruña, M. M. G. |. A. (2018, 30 julio). Brigantium dio Roma a César. *La Opinión de A Coruña*.

<https://www.laopinioncoruna.es/coruna/2018/07/31/brigantium-dio-roma-cesar-24007702.html>

Dashboard de datos turísticos de la OMT. (s. f.).
<https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

De A Coruña, L. O. (2021, 11 enero). Playa de Riazor. *La Opinión de A Coruña*.
<https://www.laopinioncoruna.es/ocio/planes/playa-riazor-27282501.html>

Desarrollo de productos | Turismo urbano. (s. f.).
<https://www.unwto.org/es/turismo-urbano#:~:text=Seg%C3%BAn%20ONU%20Turismo%20C%20el%20turismo,por%20constituir%20nodos%20de%20transporte.>

Devesa, C. (2023, 14 octubre). A Coruña se sitúa en el top 10 de los destinos urbanos nacionales. *La Voz de Galicia*.
https://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/coruna/2023/10/14/coruna-situa-top-10-destinos-urbanos-nacionales/0003_202310H14C3993.htm

Fundación Matrix | Clima actual de la provincia de A Coruña. (s. f.).
<https://fundacionmatrix.es/clima-actual-de-la-provincia-de-a-coruna/#:~:text=Forma%20parte%20de%20la%20regi%C3%B3n,del%20oc%C3%A9ano%20con%20este%20nombre.>

Garci, A., & Garci, A. (2022, 22 marzo). La plaza de María Pita. *EntreNós*.
<https://www.entrenosdigital.com/articulo/coruna-recuerdo/plaza-maria-pita/20220322103634013819.html>

Garci, A., & Garci, A. (2021, 8 noviembre). Monte De San Pedro: de arma a pulmón verde. *EntreNós*.

<https://www.entrenosdigital.com/articulo/coruna-recuerdo/monte-san-pedro-arma-pulmon-verde/20211008180249012600.html>

Geotelecom. (2022, 21 diciembre). *¿Qué comer en A Coruña? 8 platos típicos coruñeses - Blog MEGA. MEGA. Mundo Estrella Galicia.*

<https://mundoestrellagalicia.es/que-comer-a-coruna-8-platos-tipicos-coruna/>

Guzman, A. (2020, 16 septiembre). *Better Reykjavik: incentivando la democracia a través de la participación ciudadana. — La Bastilla. La Bastilla.*

<https://www.labastilla.org/consulta/betterreykjavik>

Hollands, R.G. (2008). *Will the real smart city please stand up?*

Instituto Nacional de Estadística (INE).

Hu, Y., & Ritchie, J. (1993). Measuring destination attractiveness: a contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32 (2), 25-34.

Ivars-Baidal, J. A., & Vera Rebollo, J. F. (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: planificación turística inteligente. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 2765, 1–31. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2765>

Izchak, O. E. (2023, 14 septiembre). *4 ejemplos bien pensados de realidad virtual en el turismo.* Mize.

<https://mize.tech/es/blog/4-ejemplos-bien-pensados-de-realidad-virtual-en-el-turismo/>

Jick, T. (1979) “Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action”. *Administrative Science Quarterly*. Volumen 24, 602-611.

Mateo, L. M. (2023, 24 agosto). A Coruña crece como destino elegido por turistas extranjeros. *Quincemil*.

<https://www.lespanol.com/quincemil/articulos/economia/a-coruna-crece-como-destino-elegido-por-turistas-extranjeros>

Miguel Ángel Beltrán-Bueno y María Concepción Parra-Meroño (2016): “La imagen del destino turístico: Estudio en profundidad del municipio de Murcia como destino turístico”, Organización Mundial del Turismo – OMT (2007). Datos esenciales del turismo. Edición 2007. OMT. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413553>

Análisis turístico y patrimonial de La Coruña. Propuesta del uso turístico del patrimonio mediante inteligencia artificial

New York unveils «Midtown in Motion» traffic management system. (s. f.). World Highways. <https://www.worldhighways.com/wh12/news/new-york-unveils-midtown-motion-traffic-management-system>

Nombela, C. G. (2024, 16 febrero). Así es el museo inmersivo de Estrella Galicia: un lugar de peregrinaje para los auténticos amantes de la cerveza. Gastronomía. <https://www.20minutos.es/gastronomia/productos/museo-mega-fabrica-estrella-galicia-5218575/>

Página oficial Turismo Coruña. <https://www.visitcoruna.com/turismo/es>

Penelas, S. (2023, 7 octubre). El Castillo de San Antón de A Coruña: de proteger a la ciudad a salvaguardar su historia. *Quincemil*. <https://www.elespanol.com/quincemil/articulos/cultura/el-castillo-de-san-anton-de-a-coruna-d-e-proteger-a-la-ciudad-a-salvaguardar-su-historia>

Pérez Ripossio, Ramiro. (2022, 27 septiembre) *La combinación de métodos y técnicas cualitativas en ciencias sociales: una experiencia teórica empírica*. Vol.11 n°18. file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LaCombinacionDeMetodosYTecnicasCualitativasEnCienc-8821762.pdf

Peteiro, L. (2019, 8 agosto). Aquarium Finisterrae: 20 años de historia, cientos de anécdotas. *Quincemil*. <https://www.elespanol.com/quincemil/articulos/actualidad/aquarium-finisterrae-20-anos-de-historia-cientos-de-anecdotas>

Quincemil, R. (2023, 29 enero). ¿Por qué A Coruña parece tener la mayor densidad de población de España? *Quincemil*. <https://www.elespanol.com/quincemil/articulos/actualidad/por-que-a-coruna-parece-tener-la-mayor-densidad-de-poblacion-de-espana>

Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 20 (junio 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/murcia.htm>

San Martín, H. (2005). Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador. Tesis doctoral. Santander: Universidad de Cantabria.

Sancho, A. (2006). Introducción al Turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Socatelli, M. (2013). *Mercadeo aplicado al turismo: La comercialización de servicios, productos y destinos turísticos sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

Turismo en A Coruña. Qué ver. Información turística | spain.info. (s. f.). Spain.info.
<https://www.spain.info/es/destino/a-coruna/>

Washburn, D. [et al.] (2010). *Helping CIOs understand “smart city” initiatives: Defining the smart city, its drivers and the role of the CIO*. Cambridge, MA: Forrester Research, Inc.

©2023 <Daniel Mínguez García>

Algunos derechos reservados

Este documento se distribuye bajo la licencia "Atribución- CompartirIgual 4.0 Internacional" de Creative Commons,

disponible en: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>