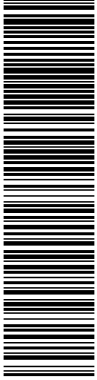


ANEXO I. CUADRO RESUMEN ACTUACIONES FASE 2

INICIATIVAS DE CONTENIDO TURÍSTICO	ACCIONES FASE 2	PRESUPUESTO
A.1. Aprovechamiento de los recursos culturales y etnográficos de la ciudad a través de su recuperación y puesta en valor.	A.1.1. Proyecto de recuperación y puesta en valor del Cementerio británico de Huelva	678.600,00 €
C.1. Fortalecimiento de la oferta básica (alojamiento y restauración).	C.1.3. Proyecto de digitalización del sector hostelero	44.500,00 €
C.3. Plan Huelva, Destino Accesible: turismo para todas las personas. Programa de ejecución de la accesibilidad cognitiva, auditiva y visual	C.3.1. Proyecto de accesibilidad del Barrio Obrero	75.000,00 €
	C.3.2. Proyecto de accesibilidad del Muelle de la Cía. Río Tinto	70.000,00 €
C.4. Mejora de la cualificación del sector turístico	C.4.5. Curso de Interpretación del Patrimonio	58.000,00 €
	C.4.6. Curso de Dinamización Turística	40.000,00 €
	C.4.7. Curso de Puesta en valor del Patrimonio	40.000,00 €
	C.4.8. Curso de Animación cultural	20.000,00 €
D.3. Captación de Segmentos Emergentes: Turismo MICE	D.3.2. Fam Tryps de presentación del Destino "Huelva"	50.000,00 €
D.5. Adecuación de las rutas existentes a las nuevas demandas turísticas	D.5.3. Edición de libro de protocolo digital para la presentación de las nuevas rutas turísticas	40.000,00 €
D.6. Creación de nuevos productos diferenciadores, de base cultural, sustentados en la etnografía de la ciudad	D.6.1. Reorganización museológica del Museo de Escultura al Aire Libre de Huelva	651.937,75 €
	D.6.2. Campaña de Promoción "British Legacy Fair"	37.000,00 €
E.1. Mejora del conocimiento de los recursos turísticos por la población y agentes locales	E.1.11. Edición digital de material promocional basado en el Patrimonio histórico-artístico, natural e inmaterial	180.000,00 €
	E.1.12. Integración de la nueva marca en la imagen urbana	110.000,00 €
F.2. Posicionamiento de la marca en el exterior	F.2.1 Campaña de promoción exterior de la nueva marca turística	79.962,25 €
F.3. Integración de las TICs en los procesos de información y difusión de la oferta	F.3.1. Huelva, Destino Turístico Inteligente	57.000,00 €
	F.3.2. Proyecto de difusión del patrimonio histórico-artístico mediante uso de nuevas tecnologías aplicadas a los recursos turísticos	30.000,00 €
PRESUPUESTO TOTAL		2.262.000,00 €

	IMPORTE ACCIONES FASE 2	PORCENTAJE FASE 2
TOTAL OBJETIVOS A+B (MÁX. 30%)	678.600,00	30,00 %
TOTAL OBJETIVOS C+D+E+F (MÍN. 70%)	1.583.400,00	70,00 %
IMPORTE TOTAL	2.262.000,00	100,00 %



ANEXO II. FICHAS RESUMEN ACTUACIONES FASE 2



Junta de Andalucía



A. LA PUESTA EN VALOR Y USO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.

A.1. Aprovechamiento de los recursos culturales y etnográficos de la ciudad a través de su recuperación y puesta en valor.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 5.

ACCIÓN A.1.1 Proyecto de recuperación y puesta en valor del Cementerio Británico de la ciudad de Huelva.

Introducción.

La numerosa población inglesa llegada a Huelva con motivo de las explotaciones mineras hizo necesario habilitar un espacio para el enterramiento de los fallecidos. A lo largo de los últimos años, el Ayuntamiento de Huelva ha venido desarrollando distintas actuaciones para la conservación y mantenimiento del recinto con la intención de facilitar su visita. El turista británico que se acerca a la ciudad solicita información del Cementerio al tratarse de un recurso muy conocido en el ámbito anglosajón, por lo que se hace necesaria una actuación integral para su puesta en valor. Con la intervención se garantiza su apertura al público al tratarse de un espacio de gran importancia patrimonial y turística a integrar en los bienes del Legado británico que se visitan en la capital onubense.

Descripción de la actuación.

Las principales actuaciones desarrolladas en el proyecto para la puesta en valor del espacio funerario son, por un lado, de mejora y adecuación de lo existente y, por otro lado, la creación de un recorrido interior marcado por el esquema de disposición de los enterramientos, que se desarrolla en paralelo al contorno del muro. A este recorrido se accede a través de una plaza central que divide el espacio ajardinado en dos islas de vegetación en las que se encuentran los ejemplares de árboles que se mantienen, como los pinos de gran porte y alguna palmera, y son atravesadas por unos caminos secundarios perpendiculares que acortan la dirección predominante norte-sur del recorrido del contorno.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 12 meses

Cuadro estimado de costes.

Tratamiento de vegetación.	21.463,72 €
Restauración de tumbas.	16.734,20 €
Consolidación del recinto murario.	38.681,42 €
Urbanización.	205.659,22 €
Gestión de residuos.	638,22 €
Seguridad y salud.	650,00 €
Gastos generales	36.897,48 €
Beneficio Industrial	17.029,61 €
Acondicionamiento exterior	223.072,58 €

Subtotal: 560.826,45 €

IVA 21%: 117.773,55 €

Total: 678.600 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D6DCFE442EFD1D07ADD06A38DAE048587) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



C. EL AUMENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD.

C.1. Fortalecimiento de la oferta básica.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 5.

ACCIÓN C.1.3. Proyecto de digitalización del sector hotelero.

Introducción.

Se ha optado por realizar una Plataforma digital común de soluciones encargada de desarrollar espacios de Marketplace de servicios digitales que sean colaborativos y cofinanciados, para afrontar los retos del sector y acceder a herramientas de digitalización que generen nuevos modelos de negocios relacionados en imbricados con la hostelería de la ciudad Huelva.

Descripción de la actuación.

Se desarrollará una plataforma digital de Marketplace, en el que estén representados todos los negocios relacionados, siendo a la vez personalizados por todas las empresas dedicadas al sector hostelero de la ciudad de Huelva. Sobre todo reunirá a minoristas que ofrecen sus productos y a numerosos compradores que los puedan adquirir. El sitio web actúa como intermediario entre compradores y vendedores. Las *Marketplaces* tienen distintas líneas de negocios, que son de empresa a empresa, de empresas a clientes y de persona a persona. Se elegirá la opción de empresa a empresa, pues interesa desarrollar una plataforma de contenidos web de empresas con otras, ya sea a través de entradas en un blog invitado, posicionamiento en Google o de redes sociales y portales promocionales.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 10 meses.

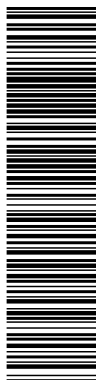
Cuadro estimado de costes.

Desarrollo de la aplicación para plataforma Marketplace.	32.396,69 €
Creación de un logo.	2.000 €
Diseño de la web.	20.000 €
Textos y contenidos.	4.000 €
Certificados de seguridad.	4.000 €

Subtotal: 36.776,86 €

IVA 21%: 7.723,14€

Total: 44.500 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D68DCF4E442EFD1D07ADD06A38DAE048687) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



Junta de Andalucía



C. EL AUMENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD.

C.3. Plan Huelva, Destino Accesible: turismo para todas las personas. Programa de ejecución de la accesibilidad cognitiva, auditiva y visual.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 5.

ACCIÓN C.3.1. Proyecto de accesibilidad Barrio Obrero.

Introducción.

El Barrio Obrero se caracteriza por su ubicación orográfica en el terreno, pues se sitúa en un desnivel con ladera al que se accede por una gran rampa monumental y escaleras a sus costados por su entrada principal. Desde hace tiempo se están haciendo labores de accesibilidad física, mejorando sus accesos y recorridos interiores por medio de obras de accesibilidad para discapacitados. No obstante, esta mejora continúa, queriéndose dar un paso adelante con la inclusión de actuaciones y acciones novedosas que mejoren las ya realizadas.

Descripción de la actuación.

Realización de visitas educativas para personas con discapacidad por guías especializados, que utilizarían diferentes recursos didácticos dependiendo del tipo de discapacidad. Se necesita:

- Soportes digitales con información histórica tanto del elemento urbano como del entorno natural cercano, ya que se encuentra muy cercano a la Ría de Huelva y Marismas del Titán.
- Grabaciones de sonidos reales que estuvieran relacionados con el entorno urbano del Barrio Obrero.
- Elementos para desarrollar estímulos táctiles, sobre todo destinado a personas invidentes, como la elaboración de textos en braille con el plano y distribución urbanística del Barrio Obrero.
- Especies naturales que componían la diversidad vegetal del barrio y muestras de texturas naturales que brinden la posibilidad de conocer características únicas de cada especie.
- Estímulos olfativos por medio de la siembra de distintas plantas aromáticas y árboles que en un principio estuvieran imbricadas en la construcción del Barrio. Realizar un jardín de plantas frutales y aromáticas permite un mayor acercamiento a la naturaleza para personas con discapacidad visual.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 10 meses.

Cuadro estimado de costes.

Aplicación digital colectivos.	3.983,47 €
Grabaciones de distintos sonidos que estimulen al colectivo invidente.	3.000 €
Placas de bronce para la realización de planos del Barrio Obrero.	10.000 €
Placa de bronce de la ubicación del barrio obrero en el plano de la ciudad	10.000 €
Figuras de bronce de los distintos tipos de casas y manzanas.	10.000 €
Figuras de bronce recreando interiores.	10.000 €
Traducción de textos en braille e impresos en bronce.	4.000 €
Instalación de máquina de simulación para visita virtual.	11.000 €

Subtotal: 61.983,47 €

IVA 21%: 13.016,53 €

Total: 75.000 €



Junta de Andalucía



C. EL AUMENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD.

C.3. Plan Huelva, Destino Accesible: turismo para todas las personas. Programa de ejecución de la accesibilidad cognitiva, auditiva y visual.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 5

ACCIÓN C.3.2. Proyecto de accesibilidad del Muelle de la Compañía Río Tinto.

Introducción.

El Muelle de la Riotinto Company Ltd. es una obra de ingeniería de gran envergadura de finales del s. XIX, siendo un verdadero hito en el ámbito de las novedades de ingeniería de su periodo histórico. El monumento fue restaurado en 2002, quedando pendiente su tematización y explicación por medio de elementos y soportes de carácter turístico. El muelle cargadero posee dos plantas, no pudiéndose acceder a la segunda por falta de acceso a discapacitados. También faltan elementos informativos generales, así como específicos dirigidos a los colectivos discapacitados.

Descripción de la actuación.

Se realizarán paneles táctiles en relieve para colectivos invidentes que sirvan también para el turista en general, con la historia del muelle cargadero. Se realizarán distintas placas en bronce situadas en distintos puntos a lo largo del muelle explicando su estructura y funcionamiento, las cuales estarán en relieve para el colectivo invidente y con textos normales, siendo así un elemento global de información turística para el usuario. Se elaborarán maquetas de los distintos trenes y vagones que realizaban las labores de transporte de mineral hacia los barcos, con sus características técnicas. Se realizará un soporte sonoro para recrear el sonido del muelle en pleno auge de actividad, así como de la avifauna del cercano paraje Marismas del Odiel. Se ejecutará la Instalación de máquina de simulación para visita virtual tanto para colectivos discapacitados como para turistas en general, así como la instalación de un visor panorámico que permita la visualización del entorno de la Ría, el Paraje Natural Marismas del Odiel y la propia ciudad de Huelva.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 10 meses.

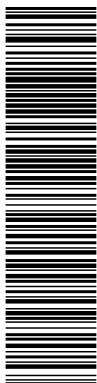
Cuadro estimado de costes.

Aplicación digital colectivos.	3.000 €
Grabaciones de distintos sonidos que estimulen al colectivo invidente.	2.851,24 €
Placas de bronce para la realización de planos del Muelle.	10.000 €
Placa de bronce de la ubicación del Muelle en el plano de la ciudad	10.000 €
Figuras de bronce de los distintos tipos de soportes.	9.000 €
Figuras de bronce recreando aspectos anteriores.	9.000 €
Traducción de textos en braille e impresos en bronce.	3.000 €
Instalación de máquina de simulación para visita virtual.	11.000 €

Subtotal: 57.851,24 €

IVA 21%: 12.148,76 €

Total: 70.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D6D6CF4E442EFD1D07ADD06A38DAE048687) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



C. EL AUMENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD.	
C.4. Mejora de la cualificación del sector turístico.	
VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 y 11.	
ACCIÓN C.4.5. Curso de Interpretación del Patrimonio.	
Descripción y objetivos. El curso de Interpretación del Patrimonio Histórico y Cultural va destinado a aquellas personas que quieran adquirir habilidades y herramientas para la creación y organización de rutas y visitas en espacios culturales, patrimoniales y naturales en la ciudad de Huelva. Los objetivos que se marca este curso son: <ul style="list-style-type: none">- Elaborar un proyecto interpretativo histórico cultural de la ciudad de Huelva.- Conocer la gestión integral de un proyecto de turismo cultural o de interpretación del patrimonio, enseñando las claves de la interpretación del patrimonio cultural y natural.- Posibilitar las iniciativas vinculadas a la interpretación y puesta en valor del patrimonio histórico y cultural onubense, por medio de las potencialidades de los usos del patrimonio natural y cultural.- Comprender los mecanismos de protección y gestión patrimonial en diferentes niveles territoriales.- Conocer las ayudas, financiación y recursos para la interpretación y turismo cultural.- Facilitar una perspectiva interdisciplinar sobre los usos del patrimonio cultural y natural del territorio.- Proporcionar herramientas útiles y prácticas para presentar el patrimonio del territorio como oportunidad para el desarrollo turístico de la ciudad de Huelva.	
Datos técnicos. Nº DE ALUMNOS: 20 Nº DE EDICIONES DURANTE LA VIGENCIA DEL CONVENIO: 3 Nº DE HORAS POR EDICIÓN: 200 Instalaciones: Aulas de formación del Ayuntamiento de Huelva.	
Plazo de ejecución. Aproximadamente 10 meses.	
Cuadro estimado de costes.	
Carpetas	66,12 €
Dípticos	2.639,25 €
Cuadernos	82,64 €
Bolígrafos	517,77 €
Clases	44.628,00 €
Subtotal: 47.933,78 €	
IVA 21%: 10.066,10 €	
Total: 58.000 €	



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2DD6DCF4E442EFD1D07ADD06A38DAE048587) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



C. EL AUMENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD.

C.4. Mejora de la cualificación del sector turístico.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 y 11.

ACCIÓN C.4.6. Curso de dinamización turística.

Descripción y objetivos.

El Dinamizador Turístico participa y colabora en la puesta en marcha de planificaciones, programas y acciones de tipo turístico, colaborando tanto con entidades públicas como privadas, e interactuando en diversas realidades geográficas en los ámbitos local, comarcal, mancomunado, provincial, autonómico y estatal.

El curso va dirigido a la especialización y a la formación competencial en planificación, programación y todo tipo de actuaciones turísticas, mediante el estudio y análisis de los productos turísticos existentes, realizando un diagnóstico objetivo y práctico para realizar las acciones pertinentes en productos y servicios turísticos locales y su promoción.

Datos técnicos.

Nº DE ALUMNOS: 20

Nº DE EDICIONES DURANTE LA VIGENCIA DEL CONVENIO: 2

Nº DE HORAS POR EDICIÓN: 200

Instalaciones: Aulas de formación del Ayuntamiento de Huelva.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 10 meses.

Cuadro estimado de costes.

Carpetas	66,12 €
Dípticos	2.639,25 €
Cuadernos	82,64 €
Bolígrafos	517,77 €
Clases	29.752,07 €

Subtotal: 33.057,85 €

IVA 21%: 6.942,15€

Total: 40.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D66DCF4E442EFD1D07ADD6A38DAE048587) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



C. EL AUMENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD.

C.4. Mejora de la cualificación del sector turístico.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 y 11.

ACCIÓN C.4.7. Curso de puesta en valor del patrimonio cultural.

Descripción y objetivos.

Se desarrollarán los conceptos básicos sobre la idea y evolución de la puesta en valor del patrimonio histórico dentro de los conceptos del turismo actual, dentro de los ámbitos de actividades turísticas del patrimonio histórico, antropológico, festivo y ecológico.

Dar a conocer las distintas formas de planificación y elaboración de un proyecto para la puesta en valor del patrimonio histórico y cultural en el ámbito turístico, así como de la gestión de este en el mundo actual, tocando los planos internacionales, nacionales, autonómicos y locales.

Datos técnicos.

Nº DE ALUMNOS: 20

Nº DE EDICIONES DURANTE LA VIGENCIA DEL CONVENIO: 2

Nº DE HORAS POR EDICIÓN: 200

Instalaciones: Aulas de formación del Ayuntamiento de Huelva.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 10 meses.

Cuadro estimado de costes.

Carpetas	66,12 €
Dípticos	2.639,25 €
Cuadernos	82,64 €
Bolígrafos	517,77 €
Clases	29.752,07 €

Subtotal: 33.057,85 €

IVA 21%: 6.942,15€

Total: 40.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2DD6DCF4E442EFD1D07ADD06A38DAE048587) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



C. EL AUMENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD.

C.4. Mejora de la cualificación del sector turístico.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 y 11.

ACCIÓN C.4.8. Curso de animación cultural.

Descripción y objetivos.

Es cada vez mayor la demanda de profesionales cualificados para desempeñar las funciones de animación y dinamización socio cultural en el ámbito del turismo. Los flujos turísticos necesitan actores que dinamicen tanto las herramientas turísticas como a los flujos de visitantes y su demanda en la actividad cultural en el ámbito del turismo cultural y patrimonial. Objetivos:

- 1.-Especializar al personal profesional del sector turístico en la animación cultural.
- 2.-Mostrar las herramientas necesarias a los profesionales para mejorar su trabajo como animadores y dinamizadores del turismo local.
- 3.-Instruir a los profesionales del sector turístico en las potencialidades generales y específicas de la animación cultural como necesidad de mejora de calidad en la presentación y ejecución del proyecto de animación.

Datos técnicos.

Nº DE ALUMNOS: 20
Nº DE EDICIONES DURANTE LA VIGENCIA DEL CONVENIO: 2
Nº DE HORAS POR EDICIÓN: 100
Instalaciones: Aulas de formación del Ayuntamiento de Huelva.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 10 meses.

Cuadro estimado de costes.

Carpetas	116,93 €
Dípticos	1.685,95 €
Cuadernos	97,23 €
Bolígrafos	428,82 €
Clases	14.200,00 €

Subtotal: 16.528,93 €

IVA 21%: 3.471,08 €

Total: 20.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2DD6DCF4E442EFD1D07ADD06A38DAE048687), generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



D. LA MEJORA DEL PRODUCTO TURÍSTICO EXISTENTE Y LA CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS BASADOS EN LA EXPLOTACIÓN INNOVADORA DE LOS RECURSOS.

D.3. Captación de turismos emergentes: Turismo MICE.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 Y 11.

ACCIÓN D.3.2. Fam Trips de presentación del destino Huelva.

Introducción.

El término MICE hace referencia al turismo de congresos y negocios. Se trata de un sector que supone un elemento dinamizador del turismo debido a su gran capacidad para romper la estacionalidad, ya que este tipo de eventos se organizan durante todo el año. Además, es destacado el gran impacto económico que genera, superando los 7.000 millones anuales en España, junto con una amplísima capacidad para generar empleo, al integrar agentes de muy diversos sectores. Un aspecto destacado del turismo MICE es el óptimo posicionamiento del destino, como consecuencia del gran flujo de personas que asiste a los congresos y ferias asistentes, con frecuencia de ámbito internacional, y que, en su tiempo libre, se dedican a conocer el lugar en el que se desarrollan, su cultura, patrimonio o gastronomía.

Descripción de la actuación.

Los colectivos que formen parte de esta iniciativa serán invitados a realizar un Fam trip por distintos puntos de Huelva y con distintos objetivos. Esta iniciativa pretende dar a conocer a estas asociaciones profesionales las bonanzas del destino para la organización de eventos, congresos y jornadas vinculadas con el turismo MICE. El conocimiento de la ciudad de Huelva para estos colectivos es fundamental y positiva para los participantes y organizadores de eventos porque genera confianza en el destino y amplía su conocimiento sobre su lugar de trabajo o su entorno y, también, conoce de forma fiable y de mano de personal cualificado lugares que, de otra forma, pasarían desapercibidos para ellos. Junto a los Fam trips anteriores es muy útil la elaboración de un material audiovisual que muestre las bondades del destino y acciones de promoción al respecto. Esto incluye edición de vídeo turístico del destino y campaña de comunicación.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 12 meses.

Cuadro estimado de costes.

Fam Trip Asociaciones y Colegios Profesionales	6.000 € IVA incluido
Fam Trip Agencias de Viajes	6.000 € IVA incluido
Fam Trip Oficinas de Turismo Provinciales	6.000 € IVA incluido
Fam Trip Oficinas de Turismo Junta de Andalucía	6.000 € IVA incluido
Fam Trip Eventos Culturales	6.000 € IVA incluido
Fam Trip Eventos Deportivos	6.000 € IVA incluido
Edición vídeo turístico del destino	5.250 € IVA incluido
Campaña de comunicación	8.750 € IVA incluido

Total IVA incluido: 50.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D68DF4E442EFD1D07ADD06A38DAE048687) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



D. LA MEJORA DEL PRODUCTO TURÍSTICO EXISTENTE Y LA CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS BASADOS EN LA EXPLOTACIÓN INNOVADORA DE LOS RECURSOS.

D.5. Creación de rutas adecuadas a las nuevas demandas turísticas.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 Y 11.

ACCIÓN D.5.3. Edición de libro de protocolo digital para la presentación de las nuevas rutas turísticas.

Introducción.

Huelva tiene un gran patrimonio que, aunque a veces es desconocido, da muestras de su riqueza histórica. Pocas ciudades pueden presumir de haber recibido tan numeroso grupo de civilizaciones a lo largo de su historia. Pero también la oferta de ocio y gastronomía es amplia. No son pocas las personas, en su mayoría jóvenes, que llegan buscando diversión y eventos. La oferta que ofrece la ciudad de Huelva crece día a día y es imprescindible darla a conocer. Por otro lado, Huelva es pionera en España en fútbol, tenis, críquet, squash o golf; algo que mucha gente desconoce, incluso entre los propios habitantes de la capital onubense.

Así, no podemos limitarnos a promocionar una parte de la enorme riqueza que ofrece la ciudad de Huelva. Dar a conocer las distintas opciones requiere crear nuevas y diversas rutas en función de las demandas turísticas. Disponer de todas las opciones en una publicación, tanto digital como en papel, supone un aliciente a la hora de visitar un lugar.

Descripción de la actuación.

En primer lugar, es esencial tener claras, detalladas y señalizadas cada una de las rutas que se desea mostrar: patrimonial/cultural, gastronómica, ocio/diversión, deportes, ...

A continuación, se realizará la edición de un libro de protocolo, en formato digital y papel, de presentación de las nuevas rutas turísticas. Será la forma más accesible de poder conocer el destino antes, incluso, de llegar o planificar un viaje.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 12 meses.

Cuadro estimado de costes.

Redacción y planificación del contenido	2.500 € IVA incluido
Reportaje fotográfico	5.500 € IVA incluido
Diseño, maquetación, pdf interactivo	11.000 € IVA incluido
Impresión 8.000 unidades (estimación 96 pags)	12.500 € IVA incluido
Campaña de promoción	8.500 € IVA incluido

Total IVA incluido: 40.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D6DCF4E442EFD1D07ADD06A38DAE048687) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



D. LA MEJORA DEL PRODUCTO TURÍSTICO EXISTENTE Y LA CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS BASADOS EN LA EXPLOTACIÓN INNOVADORA DE LOS RECURSOS.

D.6. Creación de nuevos productos diferenciadores de base cultural, sustentados en la etnografía de la ciudad.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 Y 11.

ACCIÓN D.6.1. Reorganización museológica del Museo de Escultura al Aire Libre de Hueva.

Introducción.

Los primeros datos citando el museo se remontan a 1990, denominándose “Museo de arte contemporáneo al aire libre”. Desde sus orígenes se proyectó la colocación de las esculturas en la zona centro de la ciudad. Las expectativas del museo eran la de convertirse en el museo de esculturas al aire libre más importante de España, y que estuviera incluido dentro de los siete mejores de su género de Europa.

Descripción de la actuación.

Para la puesta en valor del Museo de escultura al aire libre de la ciudad de Huelva será necesaria la intervención en varios frentes. El objetivo final del proyecto será la creación de un nuevo producto turístico visitable. Primero se hará la reubicación y traslado de las piezas, desde su emplazamiento actual al Parque Juan Ceada, lo que permitirá su concentración en un espacio seguro y la ejecución de distintas áreas temáticas en función de las tipologías y lenguajes artísticos de las obras. Después se realizará la limpieza de los monumentos y reparaciones de pequeño calado, así como la implantación de medidas de seguridad. Con el objetivo de hacer más amable la visita y ofrecer áreas de descanso y contemplación de las esculturas, se incluirá una actuación para la mejora del mobiliario urbano existente en el mencionado Parque.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 12 meses.

Cuadro estimado de costes.

Actuación 1. Traslado y reubicación de las esculturas.	41.668,06 €
Actuación 2. Limpieza de monumentos.	349.471,18 €
Actuación 3. Instalación de medidas de seguridad	9.072,88 €
Actuación 4. Mejora del mobiliario urbano	51.149,61 €
Gestión de Residuos	754,26 €
Seguridad y Salud	650,00 €
Presupuesto de ejecución de material	452.764,99 €
Gastos generales	58.859,58 €
Beneficio industrial	27.165,96 €

Subtotal: 538.791,53 €

IVA 21%: 113.146,22 €

Total: 651.937,75 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D6DCF4E442EFD1D07ADD06A38DAE048687) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



Junta de Andalucía



D. LA MEJORA DEL PRODUCTO TURÍSTICO EXISTENTE Y LA CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS BASADOS EN LA EXPLOTACIÓN INNOVADORA DE LOS RECURSOS.

D.6. Creación de nuevos productos diferenciadores de base cultural, sustentados en la etnografía de la ciudad.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 Y 11.

ACCIÓN D.6.2. Campaña de promoción "British Legacy Fair".

Introducción.

Huelva posee un amplio legado inglés fruto de la estrecha relación que la compañía inglesa *Rio Tinto Company Limited* tuvo con la provincia desde que se instalara en Río Tinto a mediados del siglo XIX. Es hora de llevar a cabo una nueva acción que complemente y sume un nuevo atractivo a la oferta turística, la organización de una feria temática en la que a través de conciertos, conferencias, gastronomía y actividades deportivas se viva una fiesta en la que onubenses y turistas aprendan y afiancen, mientras se divierten, el valioso legado inglés que Huelva posee.

Descripción de la actuación.

Para ello previamente habrá que determinar algunos aspectos fundamentales que determinarán la manera en la que se va a desarrollar la feria: fecha, ubicación, accesibilidad, estacionamientos, seguridad, diseño del espacio físico, sonido y ambientación, y programa de actividades. Una primera edición siempre implica un esfuerzo mayor en este sentido, aún no es conocida. Las acciones para llevar a cabo esta promoción serían:

- Desarrollo de la marca de la feria.
- Desarrollo de la imagen de la feria.
- Página Web informativa.
- RR.SS. y Campaña promoción a través de RR.SS.
- Campaña promoción prensa digital.
- Campaña de promoción: radio

Plazo de ejecución.

10 meses.

Cuadro estimado de costes.

Desarrollo de marca	1.200 € IVA incluido
Desarrollo de la imagen y aplicaciones	1.600 € IVA incluido
Página web	1.900 € IVA incluido
RR.SS. Mantenimiento	3.300 € IVA incluido
RR.SS. Campaña de promoción	2.000 € IVA incluido
Campaña prensa digital	10.000 € IVA incluido
Campaña radio	17.000 € IVA incluido

Total IVA incluido: 37.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D6D6CF4E442EFD1D07ADD6A38DAE048587), generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



Junta de Andalucía



E. LA SENSIBILIZACIÓN E IMPLICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y AGENTES LOCALES EN LA CULTURA DE LA CALIDAD TURÍSTICA.

E.1. Mejora del conocimiento de los recursos turísticos por la población y agentes locales.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 Y 11.

ACCIÓN E.1.11. Edición digital de material promocional basado en el patrimonio histórico-artístico, natural e inmaterial.

Introducción.

Cuando se habla de agentes locales en el ámbito turístico se hace referencia a profesionales que se convierten en auténticos dinamizadores de un municipio. Entre estos profesionales se encuentran los guías, agentes de desarrollo turístico y gestores culturales, guías de museos, monitores de actividades culturales y de escuelas, así como la población en general, que puede llegar a convertirse en promotora de un destino. Crear guías digitales, accesibles para todos ellos, puede ser un material de gran utilidad.

Descripción de la actuación.

1. Edición de guía digital del patrimonio de Huelva. Como una de las ciudades más antiguas de Occidente, Huelva cuenta con un vasto patrimonio cultural, en numerosas ocasiones desconocido hasta para los propios onubenses. Una vez editada, se imprimirán 1.000 ejemplares para poder tenerlos en las oficinas de turismo y que el turista la pueda consultar. Se estima una edición de 500 páginas aproximadamente en formato A4.
2. Elaboración de catálogo digital del patrimonio mueble de la ciudad de Huelva. En este caso se incluyen: monumentos, estatuas, bustos, lápidas, retablos cerámicos y mobiliario urbano de interés artístico. Una vez editada, se imprimirán 1.000 ejemplares para poder tenerlos en las oficinas de turismo y que el turista la pueda consultar. Se estima una edición de 150 páginas aproximadamente en formato A4.
3. Edición de guía digital 'Huelva en primavera'. Se creará una guía digital que ofrezca toda la información sobre múltiples opciones de interés que ofrece Huelva con la llegada de la primavera, combinando cultura, ocio, deporte y tradiciones. Una vez editada, se imprimirán 1.000 ejemplares para poder tenerlos en las oficinas de turismo y que el turista lo pueda consultar. Se estima una edición de 96 páginas aproximadamente en formato A4.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 12 meses.

Cuadro estimado de costes.

Guía del patrimonio de Huelva	97.500 € IVA incluido
Guía del patrimonio mueble de Huelva	29.500 € IVA incluido
Guía Huelva en primavera	53.000 € IVA incluido

Total IVA incluido: 180.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2DD6DCF4E442EFD1D07ADD0D6A38DAE048687) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



E. LA SENSIBILIZACIÓN E IMPLICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y AGENTES LOCALES EN LA CULTURA DE LA CALIDAD TURÍSTICA.

E.1. Mejora del conocimiento de los recursos turísticos por la población y agentes locales.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 Y 11.

ACCIÓN E.1.12. Integración de la nueva marca en la imagen urbana.

Introducción.

Una vez que la marca Huelva ve la luz, es momento de establecer las principales herramientas y destinatarios del 'destino Huelva' con el fin de dar a conocer la nueva identidad. En primer lugar, es necesario establecer los destinatarios para establecer el canal y el mensaje más adecuados en cada caso. Así, en una primera parte, se dirigirá a los propios ciudadanos y a los agentes del sector turístico internacional. De esta forma, se mostrará la nueva imagen en lugares cercanos para que sea reconocible por la propia población y se reforzará la presencia en determinados eventos destacados.

Descripción de la actuación.

- Integración de la señalética de la nueva marca en la imagen urbana. Se debe integrar en el mobiliario urbano la nueva imagen, de forma que los ciudadanos la interioricen en su vida cotidiana. Esta integración se realizará de forma gradual, dándole prioridad a los espacios que reciben mayor número de visitantes. Uniformizar la cartelería de las calles con la imagen de la nueva marca Huelva será la siguiente acción en llevarse a cabo. La capital onubense cuenta en su callejero con algo más de 1.000 vías, por lo que serán las calles del centro de la ciudad, al tratarse de los espacios que más visitantes acogen, las que se rotulen en una primera fase. Posteriormente, este cambio irá realizándose en el resto de las calles, plazas y avenidas.
- Rotulación de calles con antigua nomenclatura. La actuación consistirá en la instalación de piezas de azulejería bajo la nueva rotulación que integra la nueva marca, en la que se menciona el nombre antiguo de la calle en cuestión. Bajo esta se colocará una placa de azulejo en la que se recogerán los datos históricos de la calle, personajes o acontecimientos que dan nombre al espacio urbano.

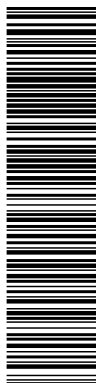
Plazo de ejecución.

Aproximadamente 12 meses.

Cuadro estimado de costes.

- Maquetación y diseño	10.000 € IVA incluido
- Ejecución de 200 piezas de barro de 25 cms de alto por 60 cms de ancho para integración de la nueva marca	40.000 € IVA incluido
- Ejecución de 200 piezas de azulejería de 20 cms de alto por 40 cms de ancho para nomenclatura antigua	40.000 € IVA incluido
- Ejecución de 100 piezas de azulejería de 20 cms de alto por 40 cms de ancho para nomenclatura antigua	20.000 € IVA incluido

Total IVA incluido: 110.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D6DCFE442EFD1D07ADD0D6A38DAE048587) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



F. EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO.

F.2. Posicionamiento de la marca en el exterior.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 Y 11.

ACCIÓN F.2.1. Campaña de promoción exterior de la nueva marca turística.

Introducción.

Como tomador de decisiones y experto involucrado en el sector de viajes y turismo, el Ayuntamiento de Huelva debe asistir a la feria de viajes ITB Berlin y a la WTM Londres para obtener información valiosa sobre las últimas tendencias en la industria y establecer negocios y contactos.

Descripción de la actuación.

La ITB, Feria Internacional de Turismo de Berlín, es la cita empresarial más importante del mundo que celebra el sector turístico mundial. A ella acuden las principales empresas, gestores turísticos, agencias de viajes, directivos de alojamientos, touroperadores, periodistas y, en general, personas implicadas en el sector de los viajes.

La WTM es el principal evento mundial de la industria de viajes y el turismo de América Latina. Como gran puente con Iberoamérica, el WTM es un lugar ideal para que Huelva muestre sus argumentos turísticos y estreche aún más sus lazos con la orilla americana del Atlántico.

La cartelería que se diseñe debe mantener la misma línea en toda la ciudad. Por otra parte, el nuevo mobiliario debe ir en consonancia con la nueva imagen, pero también con el entorno en el que se sitúe. Las expediciones a Berlín y Londres deben prepararse de forma que se obtenga el mayor beneficio a nivel comercial y promocional en ambas citas: elegir eventos, espacios, etc, que se quieren promocionar.

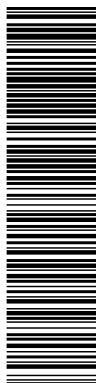
Plazo de ejecución.

Aproximadamente 12 meses.

Cuadro estimado de costes.

Participación WTM Londres (55.000 €)	
- Campaña de comunicación in situ	35.000 € IVA incluido
- Evento de presentación del destino	20.000 € IVA incluido
Participación ITB Berlín (24.962,25 €)	
- Campaña de comunicación in situ	10.000 € IVA incluido
- Evento de presentación del destino	14.962,25 € IVA incluido

Total IVA incluido: 79.962,25 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D6DCF4E442EFD1D07ADD0D6A38DAE048687) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



F. EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO.

F.3. Integración de las TIC's en los procesos de información y difusión de la oferta.

VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 5.

ACCIÓN F.3.1. Huelva, Destino Turístico Inteligente.

Introducción.

La mejora de la calidad de los servicios de un destino turístico está directamente relacionada con la adscripción a la vanguardia de las tecnologías. Por esta causa, se desea implantar y certificar un sistema de gestión de Destino Turístico Inteligente en la ciudad de Huelva. Por ello es objeto de estudio el definir una gestión a través de la inteligencia turística, para que nos ayude a desarrollar propuestas que hagan aumentar al máximo la experiencia del turista y la calidad de vida del ciudadano, aprovechando los datos, la información y las comunicaciones, para facilitar, ampliar, personalizar y conectar la oferta existente. La creación de un foro de encuentro, consulta, impulso y asesoramiento permanente que participe en las decisiones y actuaciones llevadas a potenciar la competitividad de la localidad, mediante acciones innovadoras aplicadas al Destino Turísticos Inteligente.

Descripción de la actuación.

Para conseguir los objetivos reseñados con anterioridad, se plantea realizar las siguientes actuaciones:

- 1.- La creación de una Smart Office, oficina para la Innovación e Inteligencia, donde se recopilarán, analizarán y visualizarán los datos globales en relación con la actividad turística de Huelva, poniéndolos a disposición del sector turístico local. De esta forma se mejorará en los procesos de planificación estratégica con análisis predictivos y de diagnóstico, recomendando la mejora de los servicios turísticos de Huelva. Este paso dará lugar a la creación de un espacio inteligente para el encuentro del ecosistema turístico local denominado *SmartSpace*.
- 2.- La creación de un Sistema de Inteligencia Turística. Es crear un Big Data turístico que gire en torno a lo que se hace con la información aportada. Se pueden tomar datos de cualquier fuente de actividad turística y analizarlos para encontrar respuestas que permitan reducir los costos, reducir el tiempo, desarrollar nuevos productos y optimizar las ofertas, y sobre todo tomar decisiones inteligentes a través del conocimiento de la información aportada.

Plazo de ejecución.

Aproximadamente 12 meses.

Cuadro estimado de costes.

- | | |
|-------------------------------------|-------------|
| - Creación de smart-office | 40.000,00 € |
| - Sistema de inteligencia turística | 7.107,44 € |

Subtotal: 47.107,44 €

IVA 21%: 9.892,56 €

Total: 57.000 €



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 2661076-81IS8-M89YB-UMRL7 71D2D6D6CF4E442EFD1D07ADD6A38DAE048687) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://www.huelva.es/portal/Ciudadano/portal/verificarDocumentos.do>



Junta de Andalucía



F. EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO.				
F.3. Integración de las TIC's en los procesos de información y difusión de la oferta.				
VINCULACIÓN CON EJE/ EJES ESTRATÉGICO/ESTRATÉGICOS DEL PTGC: 2, 5 y 11.				
ACCIÓN F.3.2. Proyecto de difusión del patrimonio histórico-artístico mediante uso de nuevas tecnologías aplicadas a los recursos turísticos.				
Introducción. Actualmente se pueden realizar recreaciones de realidad virtual mediante el uso de aplicaciones para dispositivos portátiles: smartphones y tabletas, principalmente. Son numerosas las ciudades y localidades del mundo que cuentan con aplicaciones para conocer sus calles, sus monumentos o los espacios más destacados de su geografía. La realización de estas aplicaciones implica un exhaustivo estudio de las zonas a recrear con el fin de conocer cómo era su aspecto en los distintos momentos de la historia, así como la grabación de los espacios actuales.				
Descripción de la actuación. Se crearán dos aplicaciones para su uso, principalmente, en teléfonos móviles, con el fin de ahondar en la historia de Huelva. De esta forma, no requerirá el uso de elementos externos como auriculares o gafas. Por un lado, se llevará a cabo una aplicación que permita descubrir cómo era la ciudad hace unas décadas: 'VR Huelva Ayer' . Esta aplicación mostrará el aspecto actual de algunos de los lugares más emblemáticos de la ciudad de Huelva. Con un sencillo barrido de pantalla, se podrá conocer cómo era ese punto hace un siglo, pudiendo comparar y conocer la evolución que ha experimentado la capital onubense con el paso del tiempo. La otra aplicación permitirá viajar a los orígenes de Huelva: 'VR Huelva. La ciudad más antigua de Occidente' . Con una programación más sofisticada, mostrará una recreación en tres dimensiones de los lugares de mayor interés arqueológico e histórico, tal y como eran en su origen, en la época tartésica, así como su evolución a lo largo de las distintas etapas de la historia: Edad Antigua, Edad Media y Edad Moderna. De esta forma, se puede observar la evolución arquitectónica de Huelva.				
Plazo de ejecución. Aproximadamente 10 meses.				
Cuadro estimado de costes. <table><tr><td>- Desarrollo "VR Huelva Ayer":</td><td>15.000,00 € IVA incluido</td></tr><tr><td>- Desarrollo "VR Huelva. La ciudad más antigua de Occidente":</td><td>15.000,00 € IVA incluido</td></tr></table>	- Desarrollo "VR Huelva Ayer":	15.000,00 € IVA incluido	- Desarrollo "VR Huelva. La ciudad más antigua de Occidente":	15.000,00 € IVA incluido
- Desarrollo "VR Huelva Ayer":	15.000,00 € IVA incluido			
- Desarrollo "VR Huelva. La ciudad más antigua de Occidente":	15.000,00 € IVA incluido			
Total IVA incluido: 30.000 €				