



PLAN ESTRATÉGICO HUELVA

ESTRATEGIA
2025

he2025
HUELVA ESTRATEGIA 2025



Ayuntamiento
de Huelva



© Universidad de Huelva

Directores:
Francisco Aguado Correa
y Óscar Lozano Rojas

Coordinadores:
Manuel J. Martín Almansa
Francisco Navarro Roldán
Juan Manuel Seisdedos Romero
David Toscano Pardo
José Zamorano Wisnes

Diseño, Maquetación y Ebook:
Ángel Gómez Rodríguez

Fotografías:
Jesús Belzunce Gómez
Fondos de la Universidad de Huelva
Fondos del Ayuntamiento de Huelva

Logotipo Plan Estratégico:
Connecta Huelva

Huelva, noviembre de 2016



Este pdf es interactivo. Todas las páginas que tienen este símbolo contienen **enlaces internos** a este documento o **externos** a páginas web relacionadas.

Usted puede acceder a los diferentes apartados del índice clicando directamente sobre ellos en las páginas 7 y 8 o bien abriendo la ventana de marcadores. Igualmente, puede acceder directamente a las tablas, figuras e ilustraciones clicando sobre ellos en el índice de las páginas 9, 10, 11 y 12.

Clicando en la zona de la numeración de página usted puede volver al índice de la página 7 desde cualquier página.



PRESENTACIÓN

GABRIEL CRUZ SANTANA,
ALCALDE DE HUELVA

El horizonte que divisamos desde estas páginas es un proyecto colectivo de futuro que tenemos que conquistar entre todos desde el presente. Estoy convencido de que solo desde la participación ciudadana podemos afrontar el desafío de avanzar hacia una Huelva más dinámica y plural, más moderna, solidaria, amable, accesible, respetuosa con el medio ambiente y con mayor cohesión y justicia social. Ése es el camino que marca el Plan 'Huelva Estrategia 2025' promovido por el Ayuntamiento de Huelva y elaborado por la Universidad de Huelva con la implicación de 90 expertos en distintas materias y un compendio de mesas sectoriales y encuestas ciudadanas de las que han emanado propuestas para la Huelva que queremos construir con vistas a la próxima década.

Una de las primeras iniciativas que emprendí cuando llegué a la Alcaldía en junio de 2015 fue promover un convenio con la UHU para dotar a la ciudad de una planificación estratégica territorial, un instrumento esencial para nuestra acción de Gobierno, que nos permitiera trazar un diagnóstico de dónde estamos y marcar un rumbo de futuro. El documento que aquí presentamos, elaborado desde la participación social, es un reflejo de lo que demanda Huelva en ámbitos tan fundamentales como 'Desarrollo y Bienestar Personal y Social'; 'Medio Ambiente y Salud'; 'Urbanismo, Movilidad Sostenible e Infraestructuras'; 'Economía y Emprendimiento'; así como 'Cultura'; 'Turismo'; y 'Deporte'.

El único punto de partida posible para avanzar juntos hacia la prosperidad es contar con un diagnóstico realista, una radiografía que nos permita combatir amenazas y aprovechar



oportunidades de crecimiento. En este sentido, el Plan Estratégico 'Huelva Estrategia 2025' es una guía flexible para desarrollar nuestras muchas fortalezas, comprometiendo en ello a los principales agentes urbanos, aquellos que tienen capacidad para transformar la ciudad. Este documento marco define los criterios que deben orientar nuestro desarrollo y los proyectos que deben actuar como verdaderos motores de esa transformación. El Ayuntamiento asume en este reto su papel de locomotora, pero es co-responsabilidad de toda la sociedad onubense que entre todos consigamos que esta ciudad sea un lugar mejor donde vivir, del que cada vez nos sintamos más orgullosos. Juntos tenemos que trabajar por un futuro que empieza ahora, y en las páginas que siguen están la brújula y las coordenadas.





AGRADECIMIENTOS

Quisiéramos mostrar nuestro más sincero agradecimiento a todas las instituciones y agentes sociales y económicos que han participado, de un modo altruista y desinteresado, en la etapa de diagnóstico y en la propuesta de líneas de acción, así como a la ciudadanía que, con encuestas presenciales y online, ha opinado sobre cómo debe ser la Huelva del futuro.

Igualmente, quisiéramos agradecer a todos los técnicos del Ayuntamiento de Huelva que han contribuido al plan aportando sus amplios conocimientos en las mesas sectoriales y su disposición en todas las consultas que se han realizado.

Finalmente, quisiéramos agradecer al Pleno del Ayuntamiento de Huelva que haya confiado la elaboración de este plan a la Universidad de Huelva.



he2025
HUELVA ESTRATEGIA 2025

CONTENIDO



ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	12
1. INTRODUCCIÓN	15
1.1. La estrategia de las ciudades	15
1.2. Huelva Estrategia 2025: Definición y proceso de elaboración	16
2. CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN ACTUAL DE LA CIUDAD DE HUELVA	21
2.1. Contextualización europea	21
2.2. Contextualización nacional	22
2.3. Contextualización autonómica	23
2.4. Descripción de la ciudad de Huelva	24
2.4.1. Breve contextualización histórica	24
2.4.2. Demografía	25
2.4.3. Medio ambiente y Salud	31
2.4.4. Urbanismo	36
2.4.5. Economía	41
2.4.6. Deporte	51
2.4.7. Cultura	55
2.4.8. Turismo	67
2.4.9. Bienestar Social	76
2.4.10. Educación	83
3. METODOLOGÍA	93
3.1. Identificación de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO)	93
3.2. Encuestas a la ciudadanía	94
3.2.1. Entrevistas presenciales a la ciudadanía	94
3.2.2. Entrevistas <i>online</i> a la ciudadanía	95
3.3. Tratamiento estadístico de la información	95

4. MESAS SECTORIALES: DEBILIDADES (D), AMENAZAS (A), FORTALEZAS (F) Y OPORTUNIDADES (O)	99
4.1. DAFO Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras	101
4.2. DAFO Medio ambiente y salud.	104
4.3. DAFO Desarrollo y bienestar personal y social.	106
4.4. DAFO Deporte	108
4.5. DAFO Cultura	110
4.6. DAFO Economía y emprendimiento.	112
4.7. DAFO Turismo.	114
5. OPINIÓN CIUDADANA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS	119
5.1. Encuestas presenciales	119
5.2. Encuestas <i>online</i>	134
5.3. Encuestas presenciales y <i>online</i>	142
6. PROGRAMAS Y PROYECTOS	157
6.1. Programa: Educación en valores y conciencia ciudadana.	157
6.2. Programa: Urbanismo, señas de identidad y elementos patrimoniales	162
6.3. Programa: Huelva cultural y deportiva	166
6.4. Programa: Bienestar para todos/as.	171
6.5. Programa: Huelva natural	175
6.6. Programa: Desarrollo económico y social.	178
7. CONCLUSIONES	187
ANEXO I	191
ANEXO II.	197
ANEXO III	207





ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de la población por grupos etarios y género	26
Tabla 2. Tasas e índices demográficos	27
Tabla 3. Población según el origen de nacimiento	28
Tabla 4. Emigraciones e inmigraciones en la ciudad de Huelva	29
Tabla 5. Origen de los/as ciudadanos/as extranjeros/as registrados en Huelva	30
Tabla 6. Indicadores climatológicos de la ciudad de Huelva	31
Tabla 7. Parámetros físico-químicos y biológicos del agua	34
Tabla 8. Parámetros de calidad del aire	35
Tabla 9. Dióxido de azufre registrado en las estaciones de la ciudad de Huelva	35
Tabla 10. Zonas verdes y superficie en la ciudad de Huelva	36
Tabla 11. Distribución de los vehículos en la ciudad de Huelva	39
Tabla 12. Distribución modal de los viajes en la ciudad	39
Tabla 13. Parkings de la ciudad de Huelva	41
Tabla 14. Distribución de las empresas por actividad económica según CNAE 09	41
Tabla 15. Distribución de asalariados de los establecimientos	42
Tabla 16. Principales empresas con centros de trabajo en la ciudad de Huelva	43
Tabla 17. Modalidad de contratación en Huelva	44
Tabla 18. Modalidad de contratación según género	44
Tabla 19. Contratación por grupos etarios y género	45
Tabla 20. Sector de contratación según el genero	45
Tabla 21. Contratación según nivel de estudios	46
Tabla 22. Distribución del desempleo por rango etario y género	46
Tabla 23. Distribución del desempleo por género y nivel de estudios	47
Tabla 24. Distribución del desempleo por género y sector productivo	47
Tabla 25. Demandantes de empleo por sector y género	47
Tabla 26. Demandantes de empleo por género	48
Tabla 27. Distribución de DENOs	48
Tabla 28. Distribución de eventos culturales durante 2016 en la ciudad de Huelva	59
Tabla 29. Distribución de visitantes turísticos	67
Tabla 30. Distribución de los turistas internacionales según su país de origen	67
Tabla 31. Distribución de los turistas internacionales según la comunidad autónoma	68
Tabla 32. Distribución de los turistas internacionales según su la provincia andaluza	68
Tabla 33. Distribución de los estudios realizados por los habitantes de Huelva	83
Tabla 34. Distribución de los tipos de centro de educación de Huelva	83

Tabla 35. Distribución de la oferta de grados de formación profesional de Huelva.	84
Tabla 36. Grados ofertados por la Universidad de Huelva	88
Tabla 37. Datos generales sobre las visitas a la web en el período de referencia.	207
Tabla 38. Navegador utilizado para acceder a la web.	208
Tabla 39. Dispositivo de acceso a la página web.	208
Tabla 40. Fuentes de acceso a la página web	208
Tabla 41. Países desde los que se ha accedido a la página web.	208
Tabla 42. Valores generales recogidos según la difusión en Facebook	208

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. PIB por persona en los países de la Unión Europea	21
Figura 2. Tasas de desempleo en los países de la Unión Europea	22
Figura 3. Población con educación superior en la Unión Europea	23
Figura 4. Variación entre la emigración y la inmigración.	29
Figura 5. Nivel de estudios (encuestas presenciales)	119
Figura 6. Desarrollo y bienestar personal y social (encuestas presenciales)	120
Figura 7. Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras (encuestas presenciales)	120
Figura 8. Medio ambiente y salud (encuestas presenciales)	121
Figura 9. Deporte (encuestas presenciales).	122
Figura 10. Economía y emprendimiento (encuestas presenciales)	122
Figura 11. Cultura (encuestas presenciales)	123
Figura 12. Turismo (encuestas presenciales)	123
Figura 13. Diferencias por edad. Industria tecnológica (encuestas presenciales).	124
Figura 14. Diferencias por edad. Inversión en espacios degradados (encuestas presenciales)	125
Figura 15. Diferencias por edad. Servicios Sociales (encuestas presenciales)	125
Figura 16. Diferencias por edad. Área metropolitana verde (encuestas presenciales)	126
Figura 17. Diferencias por edad. Captación de fondos europeos (encuestas presenciales).	126
Figura 18. Diferencias por edad. Eventos deportivos (encuestas presenciales)	127
Figura 19. Diferencias por edad. Diseño de programas culturales (encuestas presenciales)	127
Figura 20. Diferencias por sexo. Alejar espacios contaminados (encuestas presenciales)	128
Figura 21. Diferencias por sexo. Comedor Social (encuestas presenciales)	128
Figura 22. Diferencias por sexo. Industria tecnológica (encuestas presenciales)	129
Figura 23. Diferencias por distrito. Diversificar la economía hacia el turismo (encuestas presenciales)	130
Figura 24. Diferencias por distrito. Productos de reconocido prestigio (encuestas presenciales)	130

Figura 25. Diferencias por distrito. Comedor social (encuestas presenciales)	131
Figura 26. Diferencias por distrito. Emergencia social (encuestas presenciales).	131
Figura 27. Diferencias por distrito. Inversión en espacios degradados (encuestas presenciales).	132
Figura 28. Diferencias por distrito. Transporte urbano (encuestas presenciales)	133
Figura 29. Diferencias por distrito. Encapsulado de fosfoyesos (encuestas presenciales)	133
Figura 30. Desarrollo y bienestar personal y social (encuestas online)	135
Figura 31. Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras (encuestas online).	135
Figura 32. Medio ambiente y salud (encuestas online)	136
Figura 33. Deporte (encuestas online)	136
Figura 34. Economía y emprendimiento (encuestas online)	137
Figura 35. Cultura (encuestas online)	137
Figura 36. Turismo (encuestas online)	138
Figura 37. Diferencias por sexo. Infraestructuras urbanas (encuestas online)	138
Figura 38. Diferencias por sexo. Mayor integración de la Ría (encuestas online)	139
Figura 39. Diferencias por sexo. Inversión en espacios degradados (encuestas online).	139
Figura 40. Diferencias por sexo. Captación de fondos europeos (encuestas online)	140
Figura 41. Diferencias por sexo. Industria tecnológica (encuestas online)	140
Figura 42. Diferencias por sexo. Grandes infraestructuras (encuestas online)	140
Figura 43. Diferencias por sexo. Emergencia Social (encuestas online)	141
Figura 44. Diferencias por sexo. Guía de servicios sociales (encuestas online)	141
Figura 45. Rango de edad de encuestados (encuestas presenciales y online)	142
Figura 46. Nivel de estudios (encuestas presenciales y online)	142
Figura 47. Desarrollo y bienestar personal y social (encuestas presenciales y online)	143
Figura 48. Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras (encuestas presenciales y online)	143
Figura 49. Medio ambiente y salud (encuestas presenciales y online)	144
Figura 50. Deporte (encuestas presenciales y online)	144
Figura 51. Economía y emprendimiento (encuestas presenciales y online)	145
Figura 52. Cultura (encuestas presenciales y online).	145
Figura 53. Turismo (encuestas presenciales y online)	146
Figura 54. Diferencias por edad. Infraestructuras urbanas (encuestas presenciales y online).	147
Figura 55. Diferencias por edad. Señas de identidad (encuestas presenciales y online)	147
Figura 56. Diferencias por edad. Productos de reconocido prestigio (encuestas presenciales y online)	148
Figura 57. Diferencias por edad. Diversificación industria tecnológica (encuestas presenciales y online)	148
Figura 58. Diferencias por edad. Captación de fondos europeos (encuestas presenciales y online)	149
Figura 59. Diferencias por edad. Servicio de emergencia social (encuestas presenciales y online)	149
Figura 60. Diferencias por edad. Comedor social (encuestas presenciales y online)	149

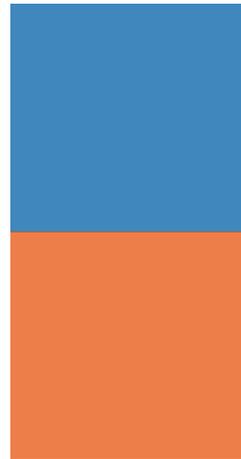


Figura 61. Diferencias por edad. Guía de servicios sociales (encuestas presenciales y online)	150
Figura 62. Diferencias por edad. Área metropolitana verde (encuestas presenciales y online)	150
Figura 63. Diferencias por edad. Encapsulado fosfoyesos (encuestas presenciales y online)	151
Figura 64. Diferencias por edad. Grandes infraestructuras (encuestas presenciales y online)	151
Figura 65. Diferencias por sexo. Señas de identidad (encuestas presenciales y online).	152
Figura 66. Diferencias por sexo. Alejar espacios contaminados (encuestas presenciales y online)	152
Figura 67. Diferencias por sexo. Inversión en espacios degradados (encuestas presenciales y online).	153
Figura 68. Diferencias por sexo. Diversificación industria tecnológica (encuestas presenciales y online)	153
Figura 69. Diferencias por sexo. Rehabilitación de edificios (encuestas presenciales y online)	153
Figura 70. Diferencias por sexo. Captación de fondos europeos (encuestas presenciales y online)	154
Figura 71. Diferencias por sexo. Servicio de emergencia social (encuestas presenciales y online)	154
Figura 72. Diferencias por sexo. Inversión en grandes infraestructuras (encuestas presenciales y online).	154

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Página web del Plan Huelva Estrategia 2025.	17
Ilustración 2. Principales vías de tráfico rodado de la ciudad de Huelva	39
Ilustración 3. Ruta del legado inglés	69
Ilustración 4. Ruta Huelva religiosa	69
Ilustración 5. Ruta Casco histórico.	69
Ilustración 6. Ruta de museos	70
Ilustración 7. Ruta Arqueológica	70
Ilustración 8. Ruta la Puerta del Nuevo Mundo.	70
Ilustración 9. Ruta Entre dos Rías	71
Ilustración 10. Ruta Huelva y el Mar	71
Ilustración 11. Fases de elaboración del Plan Estratégico de la Universidad de Huelva	93
Ilustración 12. Nube de palabras resultante de las mesas sectoriales	116
Ilustración 13. Sección principal de la página web	209
Ilustración 14. Detalles básicos del plan publicados en la página web	210
Ilustración 15. Principales noticias difundidas en la página web.	215
Ilustración 16. Participación de la ciudadanía a través de la página web.	219
Ilustración 17. Información de contacto publicada en la página web.	221
Ilustración 18. Calendario editorial utilizado para las redes sociales	223



INTRODUCCIÓN

PLAN
ESTRATÉGICO
HUELVA

ESTRATEGIA
2025



1. INTRODUCCIÓN

1.1. LA ESTRATEGIA DE LAS CIUDADES

Las ciudades han experimentado profundos cambios en las dos últimas décadas, que han afectado tanto a las características y movilidad de su población, como a su dinamismo económico, las formas de poblamiento, o las pautas culturales y de comportamiento de sus ciudadanos.

Ante tales circunstancias, la Unión Europea viene insistiendo en la importancia de avanzar en la construcción de ciudades más competitivas y habitables, generar en ellas mayores tasas de innovación, potenciar la diversidad social y cultural, gestionar mejor sus recursos o conectarlas a las redes de flujos materiales e inmateriales que interrelacionan los territorios¹.

Para dicho cometido resulta fundamental la utilización de la planificación estratégica territorial que genere los siguientes resultados²:

1. La identificación de una estrategia consistente con capacidad de dar un mayor protagonismo a la ciudad para encaminar su desarrollo económico y social.
2. El desarrollo de la cooperación pública y privada entre los principales actores urbanos y su compromiso para desarrollar la estrategia en la medida de sus responsabilidades y competencias.
3. El establecimiento de un importante proceso de participación ciudadana capaz de difundir una cultura de ciudad, de sus retos, de sus oportunidades, que facilite la colaboración ciudadana en el 'hacer ciudad'.
4. El disponer de una estrategia global o integral de la ciudad y no sólo física, como es el caso de ciudades que sólo disponen de planes o proyectos urbanísticos.

En una visión más humanista de la estrategia de las ciudades, éstas deben tender a ser inteligentes en el sentido que el filósofo, escritor y pedagogo español José Antonio Marina Torres empleó en la conferencia inaugural del Foro de la Ciudad Humanizada, celebrada en Sevilla, en febrero de 2004³:

'...Una ciudad inteligente sería, por lo tanto, la que está en mejores condiciones para servir de escenario a la felicidad de sus ciudadanos.

...Cuando hablo de ciudades inteligentes, me estoy refiriendo a ciudades que son capaces de estimular, en vez de deprimir, la iniciativa de los ciudadanos. Aumentan el bienestar pero también protegen las acciones, las actividades innovadoras que van a redundar en beneficio de ellos. No solamente tienen en cuenta sus estados económicos y los de sus ciudadanos, sino que se dedican a medir sus niveles de vida por otras variables a las que en este momento estamos dando cada vez mayor importancia y que son: las calidades de vida; las posibilidades de desarrollarse, las buenas condiciones que les permitan mantener unas relaciones afectivas lo menos obstaculizadas posibles; las facilidades para hacer compatibles sus vidas familiares y sus vidas laborales; las posibilidades de conexión con el resto del mundo; las facilidades para poder conseguir puestos de trabajo dentro de la misma ciudad; las continuas ampliaciones no sólo de las infraestructuras, sino también de las redes de comunicación, de las pequeñas sociedades de capital riesgo para favorecer nuevas iniciativas... Es decir, ciudades inteligentes son las que se mantienen vivas, innovadoras, estimulantes y facilitadoras de las acciones de sus ciudadanos.

...Eso sería, en términos sencillos, en qué consistiría una ciudad inteligente.'

1.2. HUELVA ESTRATEGIA 2025:

DEFINICIÓN Y PROCESO DE ELABORACIÓN

Huelva Estrategia 2025 debe entenderse como un proceso flexible destinado a dotar a la ciudad de una estrategia consistente hasta el año 2025, que le proporcione una notoriedad y una singularidad y, sobre todo, que logre comprometer a los principales actores urbanos, es decir, aquellos que tienen capacidad para *transformar* la ciudad.

Dicho de otro modo, Huelva Estrategia 2025 tiene por objetivo definir la visión de futuro, los criterios que deben orientar el desarrollo y los proyectos que pueden actuar como verdaderos motores de la transformación de Huelva capital.

Para desarrollar este proceso, el Ayuntamiento de Huelva encargó, a finales de 2015, la elaboración del documento del plan a la Universidad de Huelva.

En su elaboración ha primado la participación social. De este modo, el Plan Estratégico ha estado abierto a la participación de las instituciones, los principales agentes y sectores con capacidad de decisión e incidencia, y, por supuesto, al conjunto de la ciudadanía residente en Huelva Capital.

La participación de las instituciones y agentes sociales y económicos se ha articulado mediante mesas sectoriales que, entre marzo y junio de 2016, han realizado el diagnóstico de las necesidades de la capital

onubense bajo la coordinación de la Universidad de Huelva.

En concreto, se han conformado siete mesas en los ámbitos del 'Desarrollo y bienestar personal y social', 'Medio ambiente y salud', 'Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras', 'Economía y emprendimiento', 'Turismo', 'Cultura' y 'Deporte', en las que se han aunado las opiniones de 90 expertos de todos los ámbitos, incluyendo representantes de administraciones y entidades públicas, empresariado, colegios profesionales, sindicatos, agentes sociales y ONGs, artistas y gestores culturales, así como técnicos del mundo del deporte.

En total se han realizado 23 sesiones de trabajo que han permitido determinar y priorizar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) de la ciudad de Huelva, elaborando más de 250 ítems.

Por lo que respecta a la opinión de la ciudadanía y con el fin de conocer el grado de importancia que conceden los ciudadanos a las distintas acciones propuestas, se han establecido dos procedimientos para recoger la misma:

1. Encuestas a pie de calle: entre el miércoles 29 de junio de 2016 y el 15 de julio de 2016 se realizaron 603 encuestas a lo largo de los 8 distritos de la capital.
2. Cuestionario *online*: que estuvo disponible en la página web del plan es-

tratégico <http://huelvaestrategia2025.com/> hasta el 30 de septiembre de 2016 (Ilustración 1). Para fomentar la participación se emplearon las redes sociales Facebook y Twitter, registrando un total de 577 encuestas.

El equipo redactor, basándose en el contexto actual de la ciudad así como en los resultados de las mesas sectoriales y en las aportaciones de la participación ciudadana, ha elaborado una propuesta de objetivos y proyectos estratégicos para la ciudad.

Finalmente, es necesario recalcar que el plan que aquí se presenta, a diferencia de los planes estratégicos de primera generación, que ponen el énfasis primordial en los proyectos vinculados a equipamientos e infraestructuras en los que la prioridad es el desarrollo económico y social, se encuadra en los de segunda generación, donde la prioridad es el desarrollo humano, sin olvidar el crecimiento económico, pero otorgando un mayor protagonismo a los aspectos más intangibles (desigualdades, identidad ciudadana, multiculturalidad, cohesión social, formación de capital social y relacional).

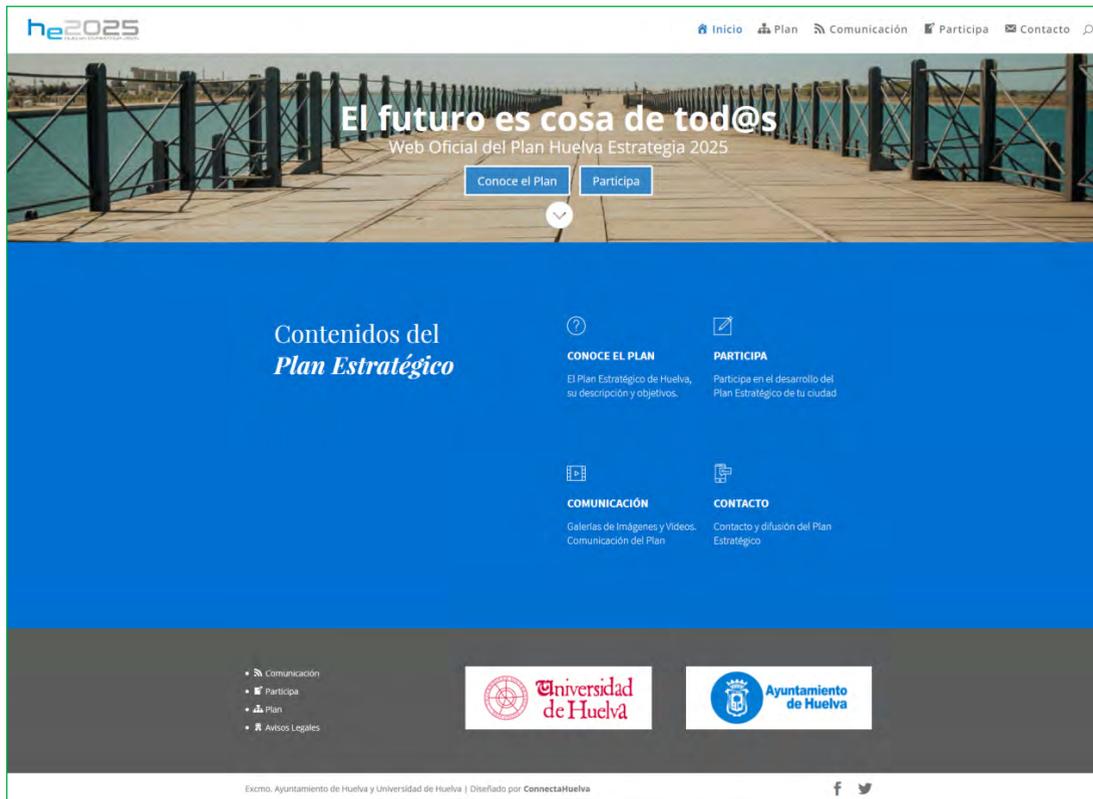
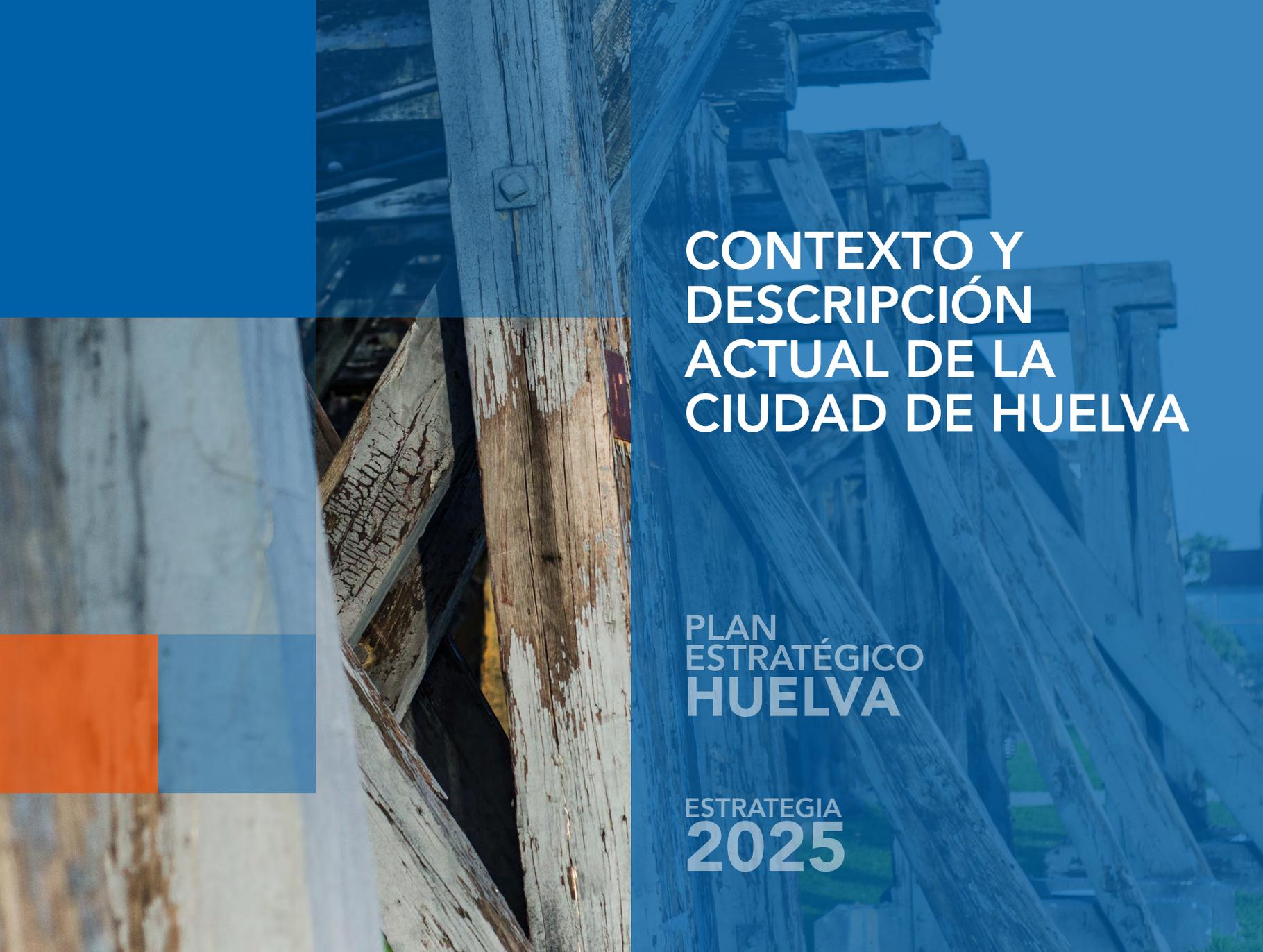


Ilustración 1. Página web del Plan Huelva Estrategia 2025

1. Méndez, R.; Abad, L.; Caravaca, I. y González, G. Las ciudades de Andalucía ante la sociedad del conocimiento. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, 14(345). 2010. Recurso online. Disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-345.htm>
2. Pascual i Esteve, J. M. (Coord.) La Estrategia de las ciudades. Barcelona: Diputació de Barcelona-CI-DEU. 1999.
3. García García, A.; Ojeda Rivera, J. F. y Torres Gutiérrez, F. J. "Hacia una Nueva Lectura de las Ciudades y Sus Espacios: Ausencias y Emergencias en la Ciudad Inteligente". Espacio Público, Ciudad y Conjuntos Históricos. Sevilla. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. 2008. Pag. 148-165.





CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN ACTUAL DE LA CIUDAD DE HUELVA

PLAN
ESTRATÉGICO
HUELVA

ESTRATEGIA
2025



2. CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN DE LA CIUDAD DE HUELVA

Antes de pasar a definir un nuevo modelo de ciudad, es necesario tener en cuenta la situación de partida de Huelva Capital y su contextualización dentro del ámbito europeo, nacional y regional.

2.1. CONTEXTUALIZACIÓN EUROPEA

Las ciudades se consideran tanto el origen como la solución de los desafíos sociales, medioambientales y económicos actuales. Las zonas urbanas de Europa albergan a cerca de dos tercios de la población de la UE (Unión Europea), además de representar aproximadamente el 80% del consumo de energía y de generar hasta el 85% del PIB (Producto Interior Bruto) europeo. Actúan como motores de la economía europea y como catalizadores de la creatividad y la innovación en la Unión. Sin embargo, son también lugares donde

PIB/cápita

PIB por persona (PPS), 2014

Índice, EU-28 = 100

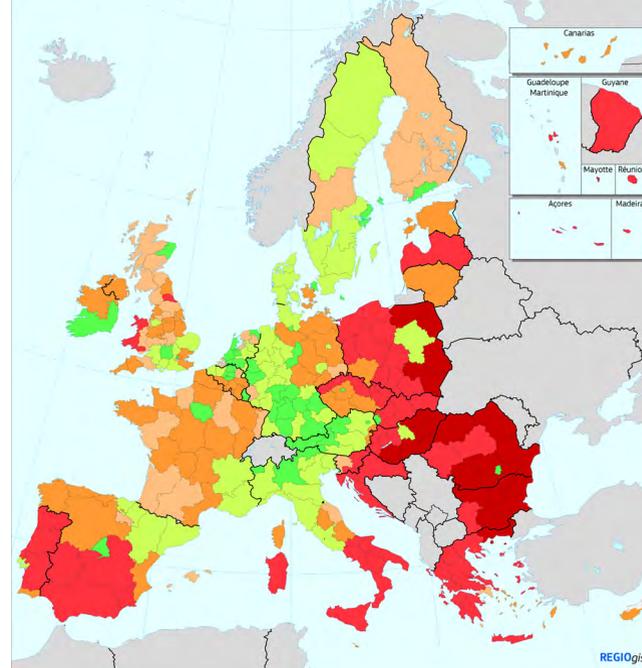
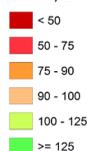


Figura 1. PIB por persona en los países de la Unión Europea

ciertos problemas persistentes, como el desempleo, la segregación y la pobreza, alcanzan sus niveles más acuciantes. En consecuencia, las políticas urbanas poseen más importancia transfronteriza, motivo por el que el desarrollo urbano se encuentra en el centro de la política regional de la UE⁴.

En el periodo 2014-2020, la dimensión urbana se situará en el centro de la política de cohesión. Como mínimo, un 50 % de los recursos del FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional) para dicho periodo se invertirá en zonas urbanas, una cuantía que incluso podría aumentar según avance el periodo. Cerca de 10.000 millones de eu-

ros del FEDER se asignarán directamente a estrategias integradas de desarrollo urbano sostenible. Además, se capacitará a cerca de 750 ciudades para poner en práctica estas estrategias integradas de desarrollo urbano sostenible.

La Unión Europea se caracteriza por su diversidad, existiendo grandes disparidades entre los Estados miembros, pero también dentro de estos. Las disparidades económicas y sociales se han acentuado considerablemente tras la ampliación de 2004. A nivel regional, la diferencia resulta aún mayor como se puede observar en la Figura 1 que recoge el PIB per cápita.

Las tasas de desempleo más elevadas se registran en España, Portugal, Grecia, Irlanda, sur de Italia y los Estados bálticos (países afectados por la crisis) tal y como se observa en la Figura 2.

El porcentaje más elevado de personas con estudios superiores se registra en el Reino Unido, Irlanda, Finlandia; y el más bajo, en Portugal, sur de Italia y Rumanía (Figura 3).

En el caso de Huelva capital se puede observar cómo en los tres indicadores analizados presenta una situación de desventaja respecto a otras ciudades españolas y del resto de Europa.

2.2. CONTEXTUALIZACIÓN NACIONAL

La economía española terminó el año 2015 creciendo y consolidando la recuperación económica iniciada a mediados de 2013. El crecimiento del Producto Interior Bruto en el conjunto de 2015 fue del 3,2%, ritmo que fue incluso mayor en la última parte del año, ya que en el cuarto trimestre del año se alcanzó una tasa de crecimiento del 3,5% interanual. Por otra parte, el avance de la actividad económica a este ritmo dinámico fue compatible con el mantenimiento de una situación de baja inflación: el IPC experimentó una caída del -0,5%, asociada fundamentalmente a la reducción del precio del petróleo, pues la inflación subyacente fue del 0,6%.

Al cierre de 2015, el déficit para el conjunto de las Administraciones Públicas se situó

Desempleo

Tasas de desempleo, 2015

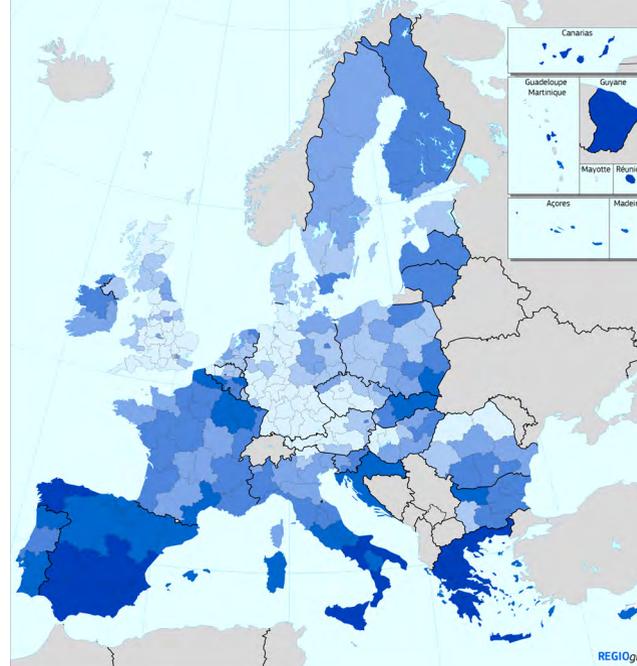
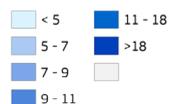


Figura 2. Tasas de desempleo en los países de la Unión Europea

en el 5% del PIB, lo que supone un descenso de 0,79 puntos respecto al déficit de 2014⁵.

A pesar de todo esto, se deben lograr llegar a ciertos progresos para alcanzar los objetivos nacionales de la Estrategia Europa 2020⁶, como son:

- Objetivo 1: Empleo para el 75% de las personas de 20 a 64 años.
- Objetivo 2: Inversión del 3% del PIB en I+D.
- Objetivo 3: Cambio climático y sostenibilidad energética, actuando sobre tres áreas: la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero un 20%

(o un 30% si se dan las condiciones) menores a los niveles de 1990, un aumento del 20% de energías renovables y del 20% de la eficiencia energética.

- Objetivo 4: Educación. La tasa de abandono escolar prematuro debe estar por debajo del 10% y al menos un 40% de las personas entre 30 y 34 años de edad deberán completar los estudios de nivel terciario.
- Objetivo 5: Luchar contra la pobreza y la exclusión social reduciendo al menos en 20 millones el número de personas en situación o riesgo de pobreza y exclusión social.



Educación superior

Población de veinticinco a sesenta y cuatro años con educación superior, 2015

% de la población total de veinticinco a sesenta y cuatro años

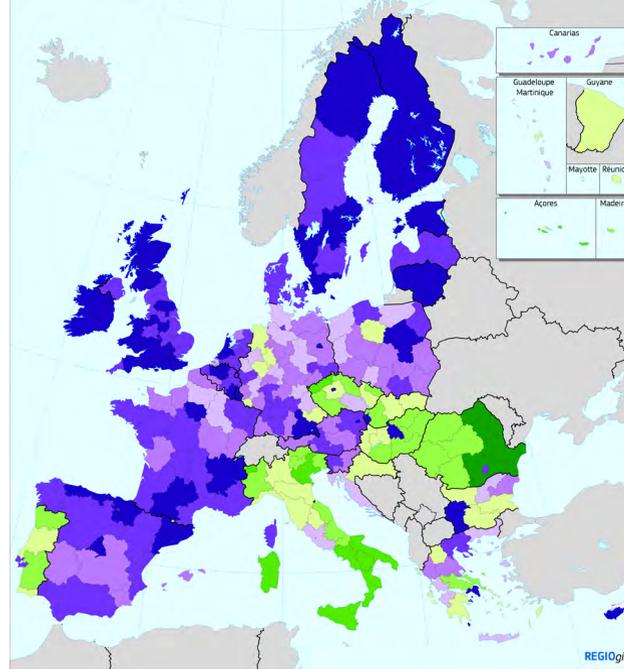
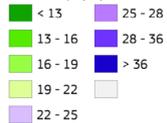


Figura 3. Población con educación superior en la Unión Europea

2.3. CONTEXTUALIZACIÓN AUTONÓMICA

Andalucía es una de las 272 regiones que componen la actual Unión Europea de 28 países miembros. Por su situación, al ser la región más meridional del continente europeo, vértice geográfico entre Europa y África, y de las principales rutas comerciales del tráfico intercontinental, ocupa una posición geoestratégica.

Además, también es una de las mayores regiones de la UE, contando con una superficie de 87.597 km², tanto en términos de población como de superficie, al igual que en generación de actividad económica, siendo su PIB el duodécimo de la UE con 144.989

millones de euros en 2015. En términos de población es la tercera región de la UE con mayor número de habitantes, concretamente 8.401.760 personas, a 1 de enero de 2016, según datos del Padrón Continuo del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Las estrategias de actuación de la Agenda por el Empleo para cumplir los objetivos de la Estrategia Europa 2020 se estructuran en tres grandes bloques: estrategias económicas, estrategias ambientales y territoriales, y estrategias sociales e institucionales, siendo el objeto principal impulsar un modelo económico-productivo basado en la innovación, la sostenibilidad ambiental y la cohesión so-

cial que sea capaz de aumentar el tejido empresarial y generar empleo de calidad para superar así los niveles de empleo de antes de la crisis hasta alcanzar los 3,2 millones de personas ocupadas.

Los objetivos económicos se centran en impulsar un modelo productivo de crecimiento inteligente basado en el conocimiento, la innovación y el desarrollo empresarial, los ambientales y territoriales en impulsar un modelo productivo de crecimiento sostenible basado en el uso eficiente de los recursos naturales y en un modelo energético con mayor ahorro y mayor peso de las energías renovables, y los sociales e institucionales en impulsar un modelo productivo de crecimiento integrador que genere empleo de calidad y mayor cohesión social y territorial⁷.

- Comisión Europea. Desarrollo Urbano. Recurso online. Disponible en: http://ec.europa.eu/regional_policy/es/policy/themes/urban-development/
- Banco de España. Informe anual 2015. Recurso online. Disponible en: <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/descargar/15/Fich/inf2015.pdf>
- Comisión Europea. Objetivos Europa 2020. Recurso online. Disponible en: http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/targets/index_es.htm
- Junta de Andalucía. Programa operativo FEDER de Andalucía 2014-2020. Recurso online. Disponible en: http://www.juntadeandalucia.es/export/drupal-jda/Programme_2014ES16RFOP003_1_3_es-4.pdf

2.4. DESCRIPCIÓN DE LA CIUDAD DE HUELVA

El término municipal de la ciudad de Huelva se ubica en la confluencia de los ríos Tinto y Odiel, en la llanura litoral perteneciente a la depresión bética, ocupando un área de 151.33 Km², lo que representa un 1,46% de la provincia. Su localización se corresponde con las coordenadas 37°15'N 6°57'O.

2.4.1. BREVE CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA

Los antecedentes poblacionales de la Ciudad de Huelva hay que buscarlos en las comunidades agrícolas que se asientan, a partir del IV milenio a. C, en el entorno del lugar que hoy ocupa la ciudad. Sin embargo, no será hasta finales de la Edad del Bronce (fines del II milenio/inicios del I milenio), cuando las citadas poblaciones se desplazarían al lugar que hoy ocupa el núcleo urbano de Huelva, pudiendo hablarse con propiedad de un asentamiento urbano y de la existencia en la ría de un puerto importante a través del cual se comenzarían a materializar unos contactos que van a interrelacionar, desde ese momento, a la sociedad local, los tartesios, con marinos y comerciantes procedentes de otros puertos lejanos como fenicios y griegos.

En época romana *Onoba Aestuarina* fue el principal puerto situado en el occidente de la Bética, la cual había heredado la situación estratégica y las posibilidades de explotar los recursos - mineros, pesqueros y agríco-

las- que antes hicieron del asentamiento portuario de la ría de Huelva uno de los centros hegemónicos de la Tierra Llana de Huelva, alcanzando su máximo esplendor a lo largo de siglo I d.C. y la primera mitad del siglo II.

Los primeros siglos de la conquista árabe y berebere (ss.VIII-X) durante el emirato y el califato, son de absoluta decadencia, si bien en época taifa (s. XI), especialmente durante el reinado de la dinastía Bakri (1012-1051), se constata el periodo de máximo esplendor político de Huelva que volverá a decaer durante la conquista Abbádí y la llegada de los almorávides (1051-1091) hasta la definitiva conquista de Huelva en 1262 por las tropas de Alfonso X. Sin embargo, la ciudad de Saltés, cuya existencia se atestigua desde la segunda mitad siglo X, alcanzará su apogeo durante la etapa almohade (siglos XII-XIII).

Tras la conquista cristiana, Huelva se convertirá en villa y en uno de los concejos de realengo de la zona para posteriormente verse afectada por el proceso de señorialización que culmina con la pertenencia de la ciudad a la Casa de Guzmán, en el s. XV, con el duque de Medina Sidonia.

Desde 1479 se vetó la presencia castellana en las costas africanas y por tanto de la ciudad de Huelva, pero la expansión demográfica y económica de Castilla junto con los avances y nuevas técnicas de navegación permitieron las futuras expediciones atlánticas. La llegada de Colón a La Rábida y el apoyo de la Corona de Castilla y de diversas familias de las





localidades de Palos de la Frontera, Moguer y San Juan del Puerto hicieron posible la gran gesta que fue el descubrimiento de América, en la que Huelva aportó un gran número de marineros. Este hecho es clave para entender la idiosincrasia de la ciudad que vivirá un periodo de auge económico que se prolongará hasta el último cuarto del s. XVI, centuria donde se produce la construcción de la mayor parte de los edificios religiosos. Será a fines de este siglo y principios del XVII cuando los ataques de piratas berberiscos o la peste de 1602-1603, con su consiguiente merma demográfica, sumirán a la ciudad en una parálisis que durará mucho tiempo y que se verá agravada con la guerra con Portugal, la caída del Duque de Medina-Sidonia o la nueva peste de 1649-1651, que mengua la ciudad a la mitad de habitantes.

El siglo XVIII está marcado por una significativa recuperación demográfica y económica y por el terremoto de Lisboa de 1755 que, aunque no causó un gran número de bajas personales, sí que afectó a la mayoría de los edificios y a la pérdida de gran parte de su patrimonio arquitectónico y monumental, cuya restauración cambió por completo la fisonomía de la ciudad.

El inicio del s. XIX sitúa a Huelva como un centro estratégico durante la Guerra de la Independencia. En 1833 se constituye de forma definitiva en capital de provincia, pero no será hasta el último cuarto del siglo XIX cuando la provincia, y por tanto Huelva capital, se recuperen de nuevo por la explotación minera de mano de los británicos, que dejaron una profunda huella que todavía hoy está presente. En 1873 el gobierno de España permitió la venta de las minas de Riotinto, ricas en cobre, la construcción de un ferrocarril desde las minas hasta la capital y un muelle de embarque para la salida del mineral hacia el Atlántico, el conocido como Muelle del Tinto. En este momento la ciudad crece por el aumento de la inmigración, y se crean

las barriadas de Las Colonias y El Matadero. Las vías del ferrocarril impiden la expansión del núcleo urbano y la ciudad comienza a dar la espalda a la Ría del Odiel. Todo esto hace que se pase de una villa marinera de pequeñas casas a una ciudad con construcciones más grandes y modernas, como la Casa Colón, el barrio Reina Victoria (o Barrio Obrero), la plaza del Velódromo, la estación de tren de RENFE, los muelles del Tinto, Norte, de Levante y de Tharsis, y las cocheras del puerto.

Toda esta influencia europea desempeñó un importante papel durante la II Guerra Mundial, pues como puerto estratégico quería ser controlada por ambos bandos. Espías aliados y nazis se controlaban entre sí, y fueron numerosos los barcos aliados saboteados y bombardeados por aviones alemanes. La historia más característica de este periodo es la llamada Operación *Mincemeat* aliada, mediante la que el servicio secreto británico dejó en la cercana población costera de Punta Umbría los restos de un presunto soldado inglés con documentación falsa que fue interceptada por los nazis, confundiéndolos en su estrategia.

Ya en el siglo XX, durante la dictadura, con el fin de revitalizar la zona, se construye el Polo de Promoción Industrial y las demás estructuras relacionadas con él, como el dique Juan Carlos I, que cambiarían para siempre la fisonomía de la ciudad y sus alrededores. Además se produce una expansión demográfica que hace que entre 1960 y 1981 la población creciese en 50.000 habitantes. Finalmente, es con la llegada de la democracia cuando se consolidan las instituciones, nacen las asociaciones vecinales y sobre todo la ciudad crece en servicios.

2.4.2. DEMOGRAFÍA

El último censo de la ciudad de Huelva realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), con fecha de Junio

de 2016 contabiliza en 146.318 los habitantes. Sobre esta población hay que considerar que gran parte de la ciudadanía residente en municipios próximos realiza una parte de su vida diaria en la ciudad de Huelva. En estas poblaciones, que conforman el área de influencia de Huelva (municipios de San Juan del Puerto, Palos, Aljaraque y Punta Umbría), la población mostrada por el INE refleja un total de 54.550 ciudadanos/as.

Considerando exclusivamente los habitantes de la ciudad de Huelva, el 51,97% son mujeres y un 48,03% son hombres. Este número de habitantes representa alrededor del 28% de la población total de la provincia. En la Tabla 1 se muestra la distribución de la población por grupos etarios y género.

Se observa que gran parte de esta población se sitúa entre los 30 y los 49 años, principalmente en el rango de edad comprendida entre los 35 y los 39 años. La población infantil y juvenil se mantiene bastante estable, y, junto con los adultos, se distribuye casi por igual entre hombres y mujeres. Por otro lado, también se observa que la población de mayor edad va disminuyendo a medida que envejece, excepto las personas mayores de 80 años, que son más numerosas que las que se encuentran en el rango comprendido entre los 70 y los 74 años, y entre los 75 y 79. Además, a medida que aumenta la edad, la diferencia es mayor en la distribución de hombres y mujeres. Las mujeres de más de 80 años casi duplican a los hombres que se encuentran en el mismo rango de edad.

Si se analiza la tasa de juventud (porcentaje de personas de entre los 15 y los 29 años sobre el total de la población), se observa que ésta es del 10,13%, situándose respecto a la Comunidad Autónoma Andaluza en su media aproximadamente. La tasa de vejez (porcentaje sobre el total de población de los mayores de 65 años) se sitúa en el 16,7%, también en el entorno de la media andaluza (Tabla 2).

En la tabla 2 se muestran otros índices indicadores de la evolución demográfica de la población. El índice de maternidad, que en Huelva es de 20,96%, informa sobre los nacimientos, cuantificando las personas de 0 a 4 años presentes en la ciudad por cada 1.000 mujeres de

Tabla 1. Distribución de la población por grupos etarios y género

Grupo Edad	Hombre		Mujer		Total	
	N	%	N	%	N	%
0 a 4	3.801	2,60	3.640	2,49	7.441	5,09
5 a 9	4.432	3,03	4.126	2,82	8.558	5,85
10 a 14	4.035	2,76	3.795	2,59	7.830	5,35
15 a 19	3.683	2,52	3.446	2,36	7.129	4,87
20 a 24	4.003	2,73	3.696	2,53	7.699	5,26
25 a 29	4.250	2,91	4.364	2,98	8.614	5,89
30 a 34	5.304	3,62	5.464	3,73	10.768	7,36
35 a 39	6.265	4,28	6.388	4,37	12.653	8,65
40 a 44	5.892	4,03	6.113	4,18	12.005	8,20
45 a 49	5.634	3,85	6.027	4,12	11.661	7,97
50 a 54	4.844	3,31	5.431	3,71	10.275	7,02
55 a 59	4.413	3,02	5.040	3,44	9.453	6,46
60 a 64	3.657	2,50	4.125	2,82	7.782	5,32
65 a 69	3.342	2,28	3.942	2,69	7.284	4,98
70 a 74	2.647	1,81	3.321	2,27	5.968	4,08
75 a 79	1.810	1,24	2.693	1,84	4.503	3,08
80 o más	2.271	1,55	4.424	3,02	6.695	4,57
Total	70.283	48,04	76.035	51,96	146.318	100,00%

Tabla 2. Tasas e índices demográficos

	Municipio (%)	Provincia (%)	Andalucía (%)
Tasa de Juventud	10,13	10,67	10,89
Índice de Vejez	16,71	15,83	16,2
Índice de Maternidad	20,96	20,33	20,96
Índice de Tendencia	86,95	87,55	86,79
Índice de Reemplazo	94,65	110,43	106,88
Índice de Dependencia	49,24	46,72	48,14
Índice de Renovación de la Población activa	86,03	97,56	97,43

entre 15 y 49 años. El índice de tendencia, con un 86,95%, mide la relación entre la población de 0 a 4 años respecto a la de 5 a 9. Un porcentaje menor de 100%, como es el caso, indica un envejecimiento a largo plazo de la población. El índice de reemplazo indica el porcentaje de jóvenes entre los 15 y los 24 años con respecto a la población entre los 55 y los 64 años. Si este valor fuese el 100% habría el mismo número de estos dos grupos de personas; si el valor es menor que el 100% habría más personas entre los 55 y los 64 años; y si fuese mayor del 100%, el número de jóvenes sería mayor. En el caso de Huelva este índice es del 94,65%, lo que quiere decir que hay menos gente joven que cercana a la jubilación, por lo que la población de Huelva está envejeciendo a corto plazo. Si bien se ha dicho anteriormente que la ciudad de Huelva es una ciudad joven, llama

la atención cómo atrae población mayor de 30 años. La media del índice de reemplazo sí que es mayor del 100% tanto en la provincia como en Andalucía. Por otra parte, el índice de dependencia es la relación existente entre la población dependiente y la población productiva de la que depende, siendo en la ciudad de un 49,24%, y situándose en el entorno de la media provincial y autonómica. Este dato indica que aproximadamente existe la mitad de personas dependientes que personas que trabajan.

Por último, el índice de renovación de la población activa relaciona el tamaño de los grupos en edad de incorporarse a la actividad con aquellos en los que se produce la salida. Por lo tanto, un porcentaje inferior al 100% muestra que salen más personas del mercado laboral de los que se incorporan. Tanto en



Huelva capital como en el resto de la provincia y de Andalucía este índice es menor del 100%, y particularmente en la ciudad, con un 86,03%.

En la Tabla 3 se muestra la evolución de la población desde 1986.

Como se puede apreciar en la misma, la población de la ciudad ha experimentado una variación continua a lo largo de los últimos 20 años, aumentando lentamente hasta el año 2010, donde alcanzó el máximo histórico de población. A partir de ese año la población ha ido disminuyendo, también lentamente. La población de origen nacional de la ciudad no ha variado prácticamente en esos 20 años, manteniéndose constante en unos 140.000 habitantes. Sin embargo, la población residente en Huelva nacida en el extranjero sí ha ido aumentando rápidamente durante los primeros años del siglo XXI y hasta el 2011, año que supone el máximo de población extranjera, con 8.283 personas. En los dos últimos años este número ha ido disminuyendo levemente hasta los algo más de 6.000 de 2015.

El análisis del proceso migratorio refleja que éste se ha ido intensificado a lo largo del tiempo. Concretamente, en la ciudad de Huelva se observa que la salida de la población residente con respecto a la que se ha asentado en esta ciudad ha aumentado casi el triple en más de 20 años (Tabla 4). Desde el año 1988 la diferencia entre emigraciones e inmigraciones siempre ha sido negativo, es decir, que año tras año ha habido más gente que ha abandonado la ciudad con respecto a la que se ha quedado a vivir. Esta variación ha crecido más de tres veces, por lo que en la actualidad abandona la ciudad el triple de personas que las que se marchaban a finales de los años 80.

En la Figura 4 se visualiza cómo el balance entre la población que abandona la ciudad y la que llega es negativa, especialmente en 2008, donde más de 2.000 personas se marcharon.

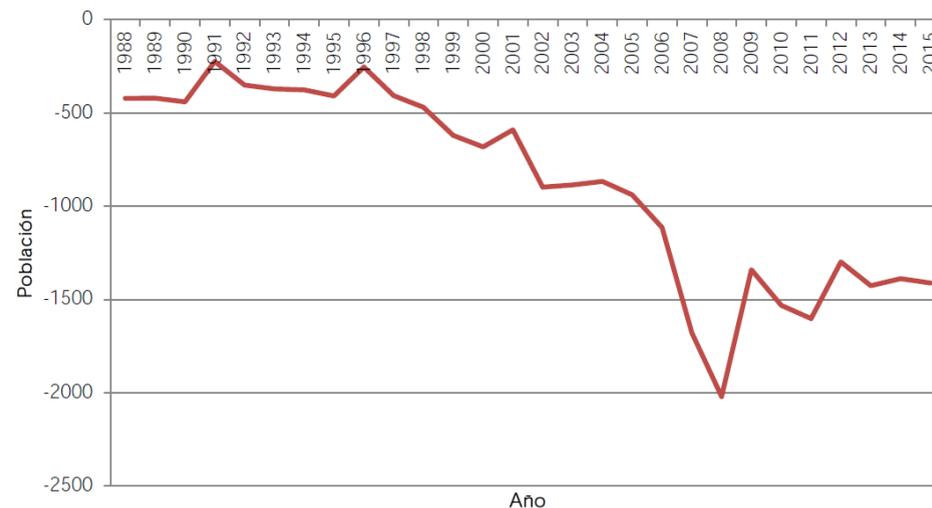
Tabla 3. Población según el origen de nacimiento

Año	Españoles		Extranjeros		Total
	Población	Porcentaje	Población	Porcentaje	Población
1996	140.433	99,83%	242	0,17%	140.675
1998	139.570	99,70%	421	0,30%	139.991
1999	140.100	99,66%	483	0,34%	140.583
2000	140.202	99,44%	783	0,56%	140.985
2001	139.932	99,01%	1.402	0,99%	141.334
2002	138.768	98,51%	2.094	1,49%	140.862
2003	141.654	97,81%	3.177	2,19%	144.831
2004	140.891	97,59%	3.478	2,41%	144.369
2005	140.581	96,85%	4.569	3,15%	145.150
2006	140.887	96,65%	4.876	3,35%	145.763
2007	140.519	96,13%	5.654	3,87%	146.173
2008	140.485	94,90%	7.542	5,10%	148.027
2009	141.195	94,89%	7.611	5,11%	148.806
2010	141.130	94,52%	8.180	5,48%	149.310
2011	140.635	94,44%	8.283	5,56%	148.918
2012	140.421	94,52%	8.147	5,18%	148.568
2013	140.088	94,59%	8.013	5,41%	148.101
2014	139.997	95,10%	7.215	4,90%	147.212
2015	140.111	95,76%	6.207	4,24%	146.318

Tabla 4. Emigraciones e inmigraciones en la ciudad de Huelva

Año	Emigraciones	Inmigraciones	Variación
1988	1.395	973	-422
1989	1.526	1.105	-421
1990	1.803	1.362	-441
1991	906	682	-224
1992	1.383	1.032	-351
1993	1.724	1.353	-371
1994	1.981	1.605	-376
1995	2.126	1.717	-409
1996	1.474	1.220	-254
1997	2.203	1.796	-407
1998	2.596	2.126	-470
1999	2.639	2.019	-620
2000	3.296	2.614	-682
2001	2.992	2.402	-590
2002	3.976	3.078	-898
2003	4.088	3.202	-886
2004	4.227	3.360	-867
2005	4.441	3.502	-939
2006	4.571	3.457	-1.114
2007	5.155	3.477	-1.678
2008	4.856	2.836	-2.020
2009	4.350	3.010	-1.340
2010	4.781	3.250	-1.531
2011	4.432	2.830	-1.602
2012	3.935	2.637	-1.298
2013	3.935	2.509	-1.426
2014	4.002	2.614	-1.388
2015	4.017	2.606	-1.411

Figura 4. Variación entre la emigración y la inmigración

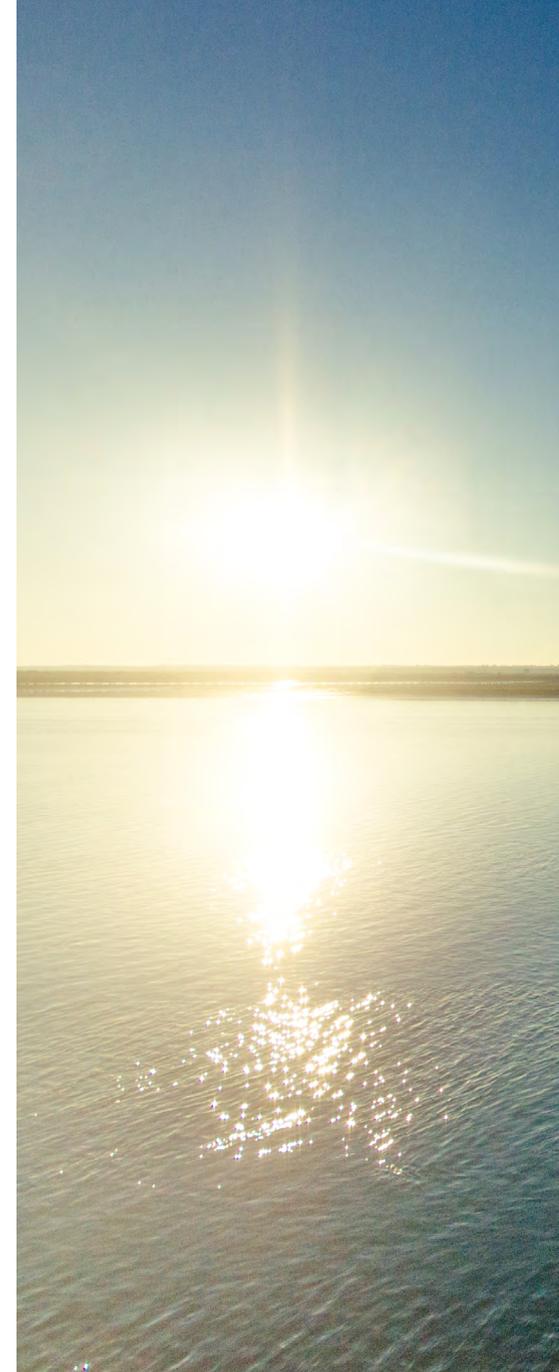


Con datos disponibles hasta Junio de 2016, y en relación al origen de la población inmigrante, se observa en la tabla 5 que habían registradas 5.574 personas distribuidas de manera similar entre hombres y mujeres. No obstante, se observan diferencias entre sexos en algunas nacionalidades. En el caso de las personas que provienen de Rumanía, hay un 50% más de mujeres que de hombres, mientras que hay el triple de hombres que de mujeres al analizar la población que viene de África.

Los países más representados en Huelva son Rumanía y Marruecos, seguidos de China, Colombia, y Ucrania.

Tabla 5. Origen de los/as ciudadanos/as extranjeros/as registrados en Huelva

Nacionalidad	Hombres		Mujeres		Total	
	Población	Porcentaje	Población	Porcentaje	Población	Porcentaje
Alemania	21	0,38%	33	0,59%	54	0,97%
Argentina	23	0,41%	29	0,52%	52	0,93%
Bolivia	70	1,26%	88	1,58%	158	2,84%
Bulgaria	43	0,77%	47	0,84%	90	1,61%
China	178	3,19%	176	3,16%	354	6,35%
Colombia	177	3,18%	200	3,59%	377	6,77%
Ecuador	38	0,69%	39	0,69%	77	1,38%
Francia	16	0,29%	19	0,34%	35	0,63%
Italia	43	0,77%	34	0,61%	77	1,38%
Marruecos	481	8,63%	390	6,99%	871	15,62%
Perú	35	0,63%	33	0,59%	68	1,22%
Reino Unido	11	0,20%	16	0,29%	27	0,49%
Resto de África	592	10,62%	175	3,14%	767	13,76%
Resto de Asia	62	1,11%	21	0,38%	83	1,49%
Resto de EU	236	4,23%	326	5,84%	562	10,07%
Resto Europa No UE	39	0,70%	48	0,86%	87	1,56%
Resto Personas Extranjeras	1	0,02%	1	0,02%	2	0,04%
Rumanía	569	10,21%	856	15,36%	1425	25,57%
Rusia	15	0,27%	35	0,63%	50	0,90%
Ucrania	156	2,80%	202	3,62%	358	6,42%
Total	2806	50,36%	2768	49,64%	5574	100,00%



2.4.3. MEDIO AMBIENTE Y SALUD

2.4.3.1. CLIMATOLOGÍA

La ciudad de Huelva tiene un clima típicamente mediterráneo. Se caracteriza por temperaturas, en general, suaves todo el año menos en verano donde son cálidas. De manera general, se observa alta humedad relativa en las zonas cercanas al mar, inviernos templados y lluviosos, y veranos secos y calurosos con periodos de sequía. Los otoños y las primaveras son más variables en cuanto a las temperaturas y las precipitaciones.

En concreto, en Huelva cabe destacar las temperaturas suaves de invierno, las lluvias concentradas en los meses de octubre a enero, la alta humedad, incluso en verano, y, sobre todo, las horas de sol al año (Tabla 6). De hecho, en 2014 fue reconocida como la ciudad española con más horas de luz al año.

Tabla 6. Indicadores climatológicos de la ciudad de Huelva

Mes	Temperatura media	Temperatura máx. media	Temperatura mín. media	Precipitación (mm)	Humedad relativa (%)	Días de precipitación superior a 1 mm	Días de tormenta	Días de niebla	Días de helada	Horas de sol
Enero	11,0	16,2	5,9	71	77	7,1	0,6	1,4	0,9	165
Febrero	12,4	17,8	7,0	50	74	5,5	0,5	2,3	0,3	171
Marzo	14,7	20,7	8,8	38	68	4,3	0,7	1,6	0,0	229
Abril	16,1	22,0	10,3	48	65	6	1,0	0,5	0,0	255
Mayo	19,2	25,2	13,2	29	62	3,8	0,8	0,7	0,0	296
Junio	22,8	29,0	16,6	8	57	1,1	0,1	0,1	0,0	341
Julio	25,8	32,7	18,9	3	51	0,2	0,2	0,1	0,0	366
Agosto	25,8	32,4	19,1	4	55	0,4	0,3	0,2	0,0	340
Septiembre	23,4	29,4	17,3	26	61	2,4	0,6	1,1	0,0	268
Octubre	19,5	24,9	14,1	68	69	6,4	1,0	1,3	0,0	211
Noviembre	14,9	20,0	9,8	79	73	6,3	0,9	0,9	0,0	176
Diciembre	12,3	16,9	7,6	99	78	7,9	1,4	1,9	0,5	151
Año	18,2	23,9	12,4	525	66	51,5	7,8	12,3	1,8	-



2.4.3.2. ZONAS CON INTERÉS ECOLÓGICO

La zona con mayor interés medioambiental en el término municipal de Huelva es el **Paraje Natural Marismas del Odiel**. Éste lo integra parte del delta que forman la desembocadura del río Tinto y del Odiel. Dicho espacio fue declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO y Zona de Especial Protección para las Aves.

Con una extensión de 71,85 Km², parte de los cuales pertenecen al término municipal de la ciudad, en el Paraje Natural Marismas del Odiel se observan diferentes paisajes, desde brazos de agua, lagunas y salinas (Bacuta, Aragonesas, Batán), hasta islas (Enmedio, Salties y Bacuta), playas (Espigón) o bosques (el Almendral, el Acebuchal o la Cascajera).

Los ríos Tinto y Odiel a su paso por la ciudad, ya cerca de su desembocadura, depositan los sedimentos que arrastran cargados de nutrientes en las marismas que conforman el paraje natural. Con ello se provee a la base de la cadena trófica de alimento. Esto propicia la estancia de la fauna como aves que proceden de Europa y que migran hacia África en los meses más fríos. La mayoría de las especies avícolas que encontramos son acuáticas, como la espátula, la garza real, imperial o común, el ánade real, el aguilucho lagunero, la curruca cabecinegra, flamencos o el águila pescadora entre otras especies.

La flora de la zona también es muy diversa, destacando la salicornia y la espertina,

que son plantas halófitas, resistentes a altas concentraciones de sal, además de taray, sabina negral, coscoja, lentisco, jaguarzo, jara y romero.

Ubicadas también en plena marisma se encuentran las salinas de donde se obtiene sal procedente del Océano Atlántico. Gracias a las mareas, 12 balsas cristalizadoras se llenan de agua de mar que por acción del sol y el viento se irá evaporando hasta que cristaliza la sal.

Como se ha comentado, además de un ecosistema de marisma, aparecen otros como la playa del Espigón, que es la única perteneciente a la ciudad. Es una playa que se formó a partir de la construcción del dique Juan Carlos I y que tiene una longitud de 13.000 metros. Actualmente ha sido habilitada una parte de la misma como playa apta para perros, única en la provincia.

2.4.3.4. AGUA

El agua de la ciudad presenta dos orígenes, el sistema de embalses Andévalo, Chanza y Piedras, y el embalse de Beas.

Los primeros tienen en su conjunto un almacenamiento de más de 1.000 hm³ y mueven al año un volumen de 200 hm³. Este sistema suministra a la mayor parte del consumo doméstico, agrícola e industrial de toda la zona centro y sur de la provincia de Huelva. El embalse de Beas suministra a





la ciudad hasta un 40% del agua que consume.

El agua que viene de estos embalses llega a la planta de tratamiento de la ciudad, en la zona del Conquero, la más elevada, y que tiene capacidad para el tratamiento de 90 millones de litros al día. El tratamiento consiste en la desinfección y esterilización con cloro, y la eliminación del color y la turbidez con que llega a la planta de tratamiento. Existen también otros tratamientos que aumentan la calidad del agua, como tratamiento con ozono, neutralización química o filtración a través de sílice o carbón.

Una vez que el agua está lista para ser consumida por la población, se almacena en la misma planta de tratamiento, con una capacidad de 75.000 m³, desde donde se distribuye a través de un sistema de bombeo por una red arterial con una longitud total de 27,32 km que conduce el agua a la red de tuberías de más de 300 km directamente a los hogares.

El agua ya usada viaja hasta el alcantarillado, que junto al agua de lluvia, es conducida hasta la estación depuradora, donde se eliminarán las impurezas antes de devolverla al medio natural o utilizarla en otros usos que no requieren de agua potable. Toda el agua residual de Huelva es tratada en la E.D.A.R. (Estación Depuradora de Aguas Residuales) para ser devuelta a la ría en condiciones higiénicas, con un caudal de tratamiento de

58.500 m³/día, lo que representa unos 325 litros por habitante y día. La capacidad de la E.D.A.R. es de unos 180.000 habitantes, más de la población actual, y está preparada para una ampliación de hasta 270.000 personas si es necesario.

La depuración del agua en la E.D.A.R. genera biogás y biosólido. El biogás es usado para la producción de electricidad que cubre el 60% de las necesidades de la propia planta, y el biosólido puede ser usado como abono agrícola.

El agua suministrada a lo largo de todo el año es de muy buena calidad y es de las denominadas 'aguas blandas' ya que tiene una mineralización muy baja y su grado de dureza también es bajo. Este tipo de aguas son ideales para el uso doméstico, ya que pueden ser consumidas y bebidas por toda la población y además no producen incrustaciones en las tuberías de la red y necesitan poca cantidad de detergentes y jabón para la limpieza e higiene personal respectivamente.

Por todo ello, la calidad del agua de la ciudad de Huelva es óptima, como se observa en el análisis físico-químico y biológico recogido en la Tabla 7, y cumple las exigencias del Real Decreto 140/2003.



Tabla 7. Parámetros físico-químicos y biológicos del agua

Parámetros Físico-químicos	Resultados	R.D. 140/2003
Color (mg/l Pt/Co)	<1	15
Olor (I.D.)	1	3 a 25°C
Sabor (I.D.)	1	3 a 25°C
Turbidez (UNF)	0,3	1
Cloro Residual (mg/l)	0,79	1
Conductividad (µS/cm)	228	2.500
pH	7,89	6,5 - 9,5
Calcio (mg/l)	14,7	-
Dureza total (mg/l)	7° franceses	-
Carbonatos (mg/l)	<2	-
Bicarbonatos (mg/l)	56,0	-
Cloruros (mg/l)	32,5	250
Sulfatos (mg/l)	24,2	250
Nitratos (mg/l)	1,8	50
Nitritos (mg/l)	<0,05	0,1
Amonio (mg/l)	<0,10	0,5
Flúor (mg/l)	0,12	1,5
Sodio (mg/l)	18,8	200
Potasio (mg/l)	<2	-
Aluminio (mg/l)	0,04	0,2
Trihalometanos (mg/l)	0,06	0,1
Parámetros Biológicos	Resultados	R.D. 140/2003
Bacterias coliformes (UFC/100ml)	0	0
Escherichia coli (UFC/100ml)	0	0
Enterococos (UFC/100ml)	0	0
Clostridiperfrinns (UFC/100ml)	0	0

2.4.3.5. CALIDAD DEL AIRE

A diario en la ciudad de Huelva se toman los valores de distintos parámetros que indican cómo es la **calidad del aire** (Tabla 8). Para ello existen estaciones repartidas por la ciudad: las estaciones del Campus de El Carmen, La Orden, Los Rosales, Marismas del Titán, Pozo Dulce y Romeralejo. En cada una de estas estaciones no se recogen todos los parámetros estudiados, siendo la del Campus del Carmen de la Universidad de Huelva la más completa.

Los parámetros estudiados son el dióxido de azufre (SO₂), ozono (O₃), partículas en suspensión menores a 10 µm, monóxido de carbono (CO), dióxido de nitrógeno (NO₂), benceno, sulfuro de hidrógeno (H₂S) y plomo (Pb), cuyos valores máximos están regulados por la Comunidad Europea, concretamente las directivas 1999/30/CE del Consejo del 22 de abril de 1999, y la directiva 2000/69/CE del Parlamento Europeo y del Consejo del 16 de Noviembre de 2000. Hay que destacar que en el caso del ozono, el valor máximo es de 120 µg/m³, pero es un valor que no deberá superarse más de 25 días por año de promedio en un periodo de tres años.

Los valores estudiados en la ciudad son recogidos por la Red de Vigilancia y Control de la Calidad del Aire de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía, que publica mensualmente un informe sobre la calidad del aire. Los datos del benceno, del plomo, del monóxido de carbono y de las partículas en suspensión menores de 10 µm no se han recogido en la tabla ya que nunca se ha superado el valor límite, mostrándose únicamente los datos del dióxido de azufre en el año 2015 (SO₂) (Tabla 9).



Tabla 8. Parámetros de calidad del aire

Parámetro	Valor estudiado ($\mu\text{g}/\text{m}^3$)	Valor límite ($\mu\text{g}/\text{m}^3$)
SO ₂	Valor máximo medio en 24h	125
O ₃	Valor máximo medio en 8h	120
PM ₁₀	Promedio anual	40
CO	Valor máximo medio 8h	10.000
NO ₂	Promedio anual	40
Benceno	Promedio anual	5
H ₂ S	Valor máximo de la concentración diaria	40
Pb	Promedio anual	0,5

2.4.3.6. SERVICIOS SANITARIOS

Huelva cuenta con un **Complejo Hospitalario Universitario** formado por tres hospitales: el Infanta Elena, el Vázquez Díaz y, principalmente, el Juan Ramón Jiménez. Además, la ciudad cuenta con otros centros dedicados al área de salud, como el centro de consultas externas Virgen de la Cinta, que es un centro periférico de especialidades, y ocho centros de salud repartidos por la ciudad. El centro de salud Huelva-Centro da cobertura a los vecinos del distrito 1 y 2, situado en la Casa del Mar. En el distrito 2 se encuentran el centro de salud anteriormente mencionado además del de Molino de la Vega. En el distrito 3 no hay centro de salud, si bien en el distrito 4 está el centro de las Adoratrices y el consultorio auxiliar La Ribera, que sin tener la consideración de Centro de Salud, también proporciona atención sanitaria no especializada en el ámbito de la atención primaria de salud. En el distrito 5 se encuentra el centro de la Isla Chica, en el distrito 6 se encuentra el centro de Los Rosales, en el distrito 7 el centro del Torrejón y en el distrito 8 el centro de salud de la Orden.

Tabla 9. Dióxido de azufre registrado en las estaciones de la ciudad de Huelva

Estación/Mes	Dióxido de Azufre (SO ₂)											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Campus de El Carmen	9	7	7	13	13	9	20	20	20	20	20	20
La Orden	9	9	9	17	17	20	18	18	18	18	18	18
Los Rosales	13	13	13	15	15	18	28	28	28	28	28	28
Marismas del Titán	11	11	11	14	14	28	14	14	22	22	22	22
Pozo Dulce	12	12	17	22	22	14	44	44	44	44	44	44
Romeralejo	13	24	24	24	24	44	24	24	24	24	24	24

Huelva también cuenta con centros dedicados a la salud mental. En el hospital Juan Ramón Jiménez es donde se encuentra la Unidad de Hospitalización de Salud Mental de la ciudad, pero también cuenta con una Comunidad Terapéutica, la unidad de Rehabilitación y la Unidad de Salud Mental Infanto-juvenil. Además, hay dos unidades de Salud Mental Comunicativa, una en la Plaza Houston y otra en el Hospital Vázquez Díaz. Por último, existen dos centros de diálisis, uno perteneciente al Hospital Juan Ramón Jiménez y otro de carácter concertado en el Hospital Privado Costa de la Luz.

Huelva cuenta también con varias instalaciones sanitarias privadas o concertadas de gran tamaño. Hay que destacar dos hospitales privados, el Hospital Costa de la Luz, en el distrito 2, es un centro de nueva construcción asociada a varias aseguradoras o mutuas. El Hospital Blanca Paloma, que se encuentra en el distrito 8, es un hospital de gestión privada concertado con la mayoría de las compañías privadas aseguradoras.

Por otra parte, también existen clínicas privadas en Huelva, como la clínica Los Naranjos, en el distrito 4, que está abierta desde 1977 aunque ha sido reformada y pertenece a ASISA, la Clínica del Carmen, en el distrito 3, como centro de especialidades médicas o la Policlínica San Pedro, en el distrito 1.

2.4.4. URBANISMO

2.4.4.1. PARQUES Y JARDINES

La ciudad de Huelva tiene 8,85 m² de zonas verdes por habitante, por encima de los casi 6 m² de la media de España. Esto supera las recomendaciones de la Unión Europea de tener más de 5 m² de zonas verdes por habitante, o el criterio de la Ley del Suelo Andaluza, que obliga a que el área de zona verde sea de entre 5 y 10 m² por habitante (Tabla 10).

En Huelva hay un total de 1.303.043,08 m² de zonas verdes, de los cuales 350.000 m² son de césped, repartidos en parques urbanos, forestales, parterres, plazas, etc.

En total, estas zonas verdes cuentan con aproximadamente 31.000 árboles, 578 maceteros y jardineras, 45 áreas infantiles, tres zonas de gimnasia y seis áreas caninas recreativas, cinco de las cuales son de nueva construcción. Además del área canina del Parque de la Esperanza, en 2016 se han abierto las áreas del Parque Robinson, Parque de Zafra, Parque de los Olivos, Parque Antonio Machado y Plaza del Estadio.

La ciudad cuenta, además, con parques distribuidos por los distritos, que son los parques de Zafra, Los Rosales, La Navidad, Marismas del Odiel, el Torrejón, el Paseo de las Artes y las Ciencias, el parque Antonio Machado de la Florida, las zonas ajardinadas de Vistalegre, el bule-

Tabla 10. Zonas verdes y superficie en la ciudad de Huelva

Tipos de Zonas Verdes	Número	Superficie (m ²)
Bulevar	4	69.751,75
Jardines cementerio	1	18.280,53
Isleta	10	11.523,12
Jardín histórico	1	3.516,82
Mediana	19	28.799,28
Parque forestal	1	285.975,71
Parque urbano	20	415.371,98
Parterre	158	257.611,61
Plaza	73	153.895,97
Rotonda	40	58.316,31
TOTALES	327	1.303.043,08

var central de la Avenida de Andalucía, el Parque del ferrocarril y el parque Moret.

De todos los parques y zonas verdes de Huelva, el parque Moret es el principal por su tamaño y realiza las veces de pulmón de la ciudad. El parque está rodeado por las avenidas de Santa Marta, Manuel Siurot y de la Cinta, y en cada una de ellas hay una entrada.



El Parque Moret, con 7,2 Km² de superficie, es uno de los parques urbanos más grandes de toda Andalucía. Cuenta con un relieve irregular donde se encuentran arboledas, caminos y vías verdes, y dos lagunas con patos, además de barcas de recreo, un quiosco embarcadero, tres zonas con parques infantiles y un quiosco junto a la entrada de la Avenida de la Cinta.

2.4.4.2. ALUMBRADO PÚBLICO

Desde hace años el Ayuntamiento de Huelva ha realizado un Plan de Renovación y Ahorro Energético para la modernización del alumbrado público, lo que influye positivamente en la seguridad ciudadana, en la imagen de la ciudad y en el ahorro energético. Igualmente, contribuye a la disminución de

las emisiones de dióxido de carbono y por tanto a la lucha contra el cambio climático.

Este plan, iniciado en 2010, ha logrado el ahorro de 761.872,74 € en la factura del alumbrado público, pues gracias a la mejora del rendimiento se ha conseguido aumentar la eficiencia lumínica y disminuir la potencia y el consumo en un 40%. Esta subida del ren-



dimiento se ha conseguido sustituyendo las antiguas bombillas de mercurio por otras de vapor de sodio de alta presión, la instalación de reguladores, que reducen el flujo luminoso durante las madrugadas, cambios de horarios, instalación de nuevos relojes o la sustitución de farolas abiertas o esféricas que dispersan la luz por otras que la focalizan, evitando la contaminación lumínica. También se han sustituido el 80% de los 21.000 puntos de luz de la ciudad y se ha renovado la totalidad del alumbrado público del Barrio Obrero, Isla Chica, Zafra, El Carmen, Hispanidad, Las Colonias, El Higueral, Conquero, La Navidad y el Centro, contabilizando en total la modernización de 137 calles y la instalación de 1.558 farolas que cuentan con un programa de mantenimiento, reposición y limpieza programada.

2.4.4.3. LIMPIEZA VÍA PÚBLICA

El Servicio de Limpieza de la ciudad de Huelva es el encargado de la limpieza, recogida y reciclaje de residuos. Durante el año se retiran de las calles unas 65.000 toneladas de residuos sólidos, contando la retirada de la basura de los contenedores de materia orgánica más la que se encuentra en la calle, además de unas 2.000 toneladas de papel, 1.000 de envases ligeros, 800 de vidrio y 9 de pilas. Hay que sumar a estos datos la retirada de residuos voluminosos como muebles, colchones, electrodomésticos o restos de podas, que son llevados a alguno de los

dos Puntos Limpios que posee la ciudad, uno en el Polígono Romeralejo (frente al Campus del Carmen) y el otro en la calle Joaquín Turina (junto a la Avenida Francisco Montenegro), que gestionan al año 564 toneladas de estos residuos, 3.725 litros de aceites usados y unos 500 fluorescentes.

El Servicio de Limpieza también es el encargado del mantenimiento durante todo el año de los solares públicos. Las tareas que llevan a cabo son el desbroce, saneamiento, retirada de residuos vertidos ilegalmente, aplicación de tratamientos fitosanitarios y fumigación para evitar al máximo el crecimiento de malas hierbas y la desinfección para la eliminación y el control de plagas como cucarachas o ratas.

2.4.4.4. MOVILIDAD URBANA

Huelva cuenta con una red viaria de 158 km que conecta los diferentes distritos de la ciudad y que es recorrida por un parque móvil de 97.534 vehículos.

Como se puede observar en la tabla 11, la mayoría, un 73%, corresponde a turismos. En menor medida están furgonetas y vehículos de dos ruedas, motocicletas y ciclomotores. Los vehículos en la ciudad son usados principalmente durante los fines de semana, ya que los días laborables la mayoría de la ciudadanía prefiere desplazarse a pie hasta su lugar de trabajo, haciendo un uso relativamente bajo del transporte urbano, y em-

Tabla 11. Distribución de los vehículos en la ciudad de Huelva

Distribución de Vehículos	Número	Porcentaje (%)
Turismos	71.428	73,23
Motocicletas	5.681	5,82
Furgonetas	10.929	11,21
Autobuses	316	0,32
Tractores	413	0,42
Ciclomotores	7.014	7,19
Otros	1.753	1,80
Total Parque Móvil	97.534	
Red Viaria	158 Km	

Tabla 12. Distribución modal de los viajes en la ciudad

Distribución modal de los viajes en la ciudad (%)	Laborales	Fines de semana
A pie o bicicleta	51,88	43,61
Coche o moto	44,93	54,78
Autobús	1,36	0,94
Otros	1,83	0,67

tra el puente que conecta con poblaciones cercanas costeras y que suele tener un tráfico denso. Por otra parte, la Avenida de las Fuerzas Armadas y la Avenida Andalucía conectan la zona centro con el Noreste, hacia la Autopista A-49 que une Huelva con Sevilla (Ilustración 2).

De la vigilancia, control y regulación de los posibles problemas de tráfico se gestionada por el Centro de Control de Tráfico,

pleando al día, aproximadamente, 40 minutos en estos desplazamientos. Los fines de semana, sin embargo, al desplazarse a ubicaciones más lejanas, los habitantes de Huelva usan casi 50 minutos de su tiempo, motivo por el cual cogen el coche.

En la Tabla 12 se muestra la distribución modal, en términos porcentuales, de los viajes en la ciudad. Las principales vías de la ciudad son las avenidas que conectan Huelva con el exterior. Paseo marítimo, Avenida Costa de la Luz, Avenida Molino de la Vega, Avenida Julio Caro Baroja y Avenida Italia conectan el Norte y el Sur de la ciudad por el lado Oeste, donde, además, se encuen-



Ilustración 2. Principales vías de tráfico rodado de la ciudad de Huelva

construido en 1995, con un funcionamiento de 24 horas al día, 365 días al año, gracias a un sistema de videowall que conectan diversas cámaras distribuidas por toda la ciudad con el centro.

La ciudad también cuenta con un sistema de control de accesos para vehículos en ciertas zonas, convirtiéndolas en semipeatonales; es decir, en zonas por las que sólo pasaran los vehículos de los residentes para acceder a su garaje, vecinos que tengan que llegar hasta su puerta para bajar o subir objetos voluminosos así como para trasladar a personas con movilidad reducida. De este modo se ha facilitado el acceso mediante tarjetas identificativas evitando la circulación indiscriminada de aquellos que no sean residentes o realicen tareas de carga y descarga.

Además, existen cinco aparcamientos públicos, todos ellos rodeando el centro de la ciudad, excepto uno que se encuentra en pleno centro, con un número total de 2.368 plazas (Tabla 13).

Como alternativa al aparcamiento en parking, la ciudad cuenta con la zona ORA (Ordenanza Reguladora de Aparcamiento), que es un sistema de estacionamiento regulado para que aquellos vehículos que exhiban el ticket habilitante durante el tiempo que hayan abonado puedan estacionar durante las horas establecidas.

Para potenciar la movilidad por la ciudad, el Ayuntamiento aprobó en 2014 el Plan de

Movilidad Urbana Sostenible, que representa una apuesta para ir sustituyendo progresivamente el medio de transporte rodado por otros alternativos, especialmente la bicicleta. El plano de los itinerarios de carril bici que completan la trama viaria de esta tipología en la ciudad describe actualmente 18,49 km de carriles existentes, que se verán incrementados en 38,99 km, correspondiendo la ejecución en un 74,05% a la Junta de Andalucía (28,87 km) y en un 25,95% al Ayuntamiento de Huelva (10,12 km), englobando para ello los trazados del Campus Universitario.

El transporte público en la ciudad está gestionado por la Empresa Municipal de Transportes Urbanos, S.A. (EMTUSA) que consta de 7 líneas de autobús que recorren la ciudad. Por otra parte la ciudad tenía en 2015 autorizadas 243 licencias de taxis.

2.4.4.5. MOVILIDAD INTERURBANA

La ciudad cuenta con una estación de autobuses, con trayectos diarios a ciudades como Sevilla o Madrid, así como a localidades de Portugal y a los pueblos de la provincia, centralizando el transporte en la capital.

La estación de trenes de Huelva-Término, o simplemente estación de Huelva, pone fin a la vía ferroviaria y fue construida en 1888 en estilo neomudéjar. En esta estación concluyen la línea férrea Zafra-Huelva y Sevilla-Huelva.

La estación dispone de conexiones de larga distancia a Madrid en dos trayectos distintos, mediante trenes Alvia, que usan parcialmente los tramos de alta velocidad, y mediante trenes Intercity, que unen Huelva con Zafra, Mérida, Cáceres, Talavera de la



Tabla 13. Parkings de la ciudad de Huelva

Parking	Dirección	Distrito	Plazas
Damas	C/ Los Califas s/n	2	480
Nuevo Mercado	Av. Italia, 9	3	778
Casa Colón	C/ Arquitecto Monis, 11	3	390
Pablo Rada	Av. Pablo Rada, s/n	1	322
San Sebastián	C/ Jesús de la Pasión, 10	4	398
Total			2.368

Reina y Madrid, aunque este trayecto sólo se prestan en fines de semana y temporadas específicas. Así mismo, se ofrecen otras conexiones con Madrid mediante el transbordo en Sevilla.

En cuanto a la media distancia, el principal destino es Sevilla, existiendo tres relaciones diarias en ambos sentidos. También existen dos conexiones diarias con la estación de Jabugo-Galaroza, en la sierra de Huelva, de lunes a jueves, y menor los fines de semana.

Por carretera, la autopista A-49 o autopista del V Centenario recorre Huelva uniendo la ciudad a Sevilla, y por tanto al resto de la red de autovías y autopistas del país, y al Sur de Portugal. Consta por tanto de dos tramos, el que une Huelva y Sevilla, realizado en 1990 con motivo de la Exposición Universal de 1992, y el que une Huelva con el Algarve portugués, terminado en 2001.

2.4.5. ECONOMÍA

La ciudad de Huelva contaba en 2015 con un total de 7.552 empresas, de las cuales el mayor número se encuadraba en el sector Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios. Justo detrás se situaban las empresas dedicadas al comercio (Tabla 14).

En 2014 se registraron un total de 9.389 establecimientos. El término establecimiento hace referencia a una unidad productora de bienes y/o servicios que desarrolla una o más actividades de carácter económico o social, bajo la responsabilidad de un titular o empresa, en un local situado en un emplazamiento fijo y permanente.

Del total de establecimientos, más de la mitad, un 52,24%, se corresponde con establecimientos sin asalariados, el 36,06% son establecimientos con hasta 5 asalariados, el 8% entre 6 y 19 asalariados y sólo un 3,70% pertenece a establecimientos con más de 20 asalariados (Tabla 15). Por lo tanto, la mayoría de establecimientos de la ciudad de Huelva pertenece a pequeñas empresas o autónomos, seguida de medianas empresas y grandes empresas en último lugar.

Tabla 14. Distribución de las empresas por actividad económica según CNAE 09

Actividad económica	Nº de empresas	%
Industria, energía, agua y gestión de residuos	282	3,75
Construcción	558	7,42
Comercio	2.118	28,16
Transporte y almacenamiento	370	4,92
Hostelería	602	8,00
Información y comunicaciones	87	1,16
Banca y seguros	204	2,71
Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios	3.301	43,88
Total	7.522	100

Tabla 15. Distribución de asalariados de los establecimientos

Número de asalariados	Número de establecimientos	Porcentaje
Sin asalariados	4.905	52,24%
Hasta 5 asalariados	3.386	36,06%
Entre 6 y 19 asalariados	750	8,00%
De 20 a más asalariados	348	3,70%
Total	9.389	100%

2.4.5.1. SECTOR AGRÍCOLA

De acuerdo con los datos disponibles de 2014, el cultivo herbáceo es mayoritario frente al leñoso. Cultivos Herbáceos son cultivos temporales (los que dan dos cosechas se toman en cuenta una sola vez), las praderas temporales para siega o pastoreo, y las tierras dedicadas a huertas (incluidos los cultivos de invernadero), mientras que los cultivos leñosos son cultivos que ocupan el terreno durante largos periodos y no necesitan ser replantados después de cada cosecha. Incluye tierras ocupadas por árboles frutales, nogales y árboles de fruto seco, olivos, vides, etc., pero excluye la tierra dedicada a árboles para la producción de leña o madera.

Los cultivos herbáceos cuentan con una superficie de 3.489 hectáreas, predominando el cultivo de secano frente al de regadío. La diferencia entre ambos es que el cultivo de regadío precisa de una mayor cantidad de agua suministrada mediante alguno de los diferentes sistemas de riego.

El cultivo de regadío preponderante es el trigo con una extensión total de 37 hectáreas, mientras que el principal cultivo de secano es el girasol con una extensión total de 1.553 hectáreas.

De los cultivos leñosos, con una extensión total de 262 hectáreas, el naranjo es el principal cultivo de regadío, con 155 hectáreas, y el olivar especializado en aceitunas para la extracción de aceite es el más cultivado de secano, con una extensión de 7 hectáreas.

2.4.5.2. EMPRESAS DE LA CAPITAL

De las 100 empresas de la provincia de Huelva que más facturan, 29 se ubican en el término municipal de Huelva. A continuación se nombran todas ellas, adjuntando una pequeña descripción y detallando la facturación, con datos de 2014, y la posición que ocupan dentro de la provincia (Tabla 16).



Tabla 16. Principales empresas con centros de trabajo en la ciudad de Huelva

Empresa	Actividad	Facturación 2014	Posición en la provincia
Atlantic Copper	Producción de cobre	1.819.589.000 €	1º
Onubafruit, S. Coop.	Comercio al por mayor de frutas y hortalizas	142.034.089 €	6º
Krustagroup	Comercio al por mayor de pescados y mariscos	102.707.640 €	7º
Cash Colombino	Comercio al por mayor de productos alimenticios, droguería	22.742.231 €	21º
Fertinagro Sur	Fabricación de fertilizantes y compuestos nitrogenados	21.555.004 €	23º
Empresa Municipal de Aguas de Huelva	Captación, depuración y distribución de agua	20.018.145 €	25º
Mediamarkt Huelva	Comercio al por menor de aparatos electrodomésticos	16.978.797 €	31º
Ajar	Actividades de juegos de azar y apuestas	13.802.050 €	36º
Auxiliar Marítima del Sur	Actividades anexas al transporte marítimo y por vías navegables interiores	13.116.792 €	40º
Mariscos Dica	Comercio al por mayor de pescados, mariscos y otros productos alimenticios	12.941.488 €	43º
Nutricion Center	Empresa del sector de la nutrición	12.870.580 €	44º
Pescados y Mariscos Sánchez de la Campa	Comercio al por mayor de pescados y mariscos	12.395.444 €	47º
Comercial Electrónica Onubense (CEOSA)	Empresa multiespecialista en suministros	11.966.258 €	49º
Langard	Comercio al por mayor de frutas y hortalizas	11.194.095 €	50º
Distribuciones Cardoso	Comercio al por mayor de productos alimenticios, droguería	10.480.901 €	52º
Venalcadi	Importación, venta y distribución de pescado y marisco fresco y congelado	9.768.615 €	55º
Masa Huelva	Mantenimiento de montajes industriales	8.987.809 €	60º
Mariscos Méndez	Comercio al por mayor de pescados y mariscos	8.731.843 €	63º
Huelva Car	Concesionario de vehículos Citroën	8.479.108 €	66º
Huelva Automoción	Concesionario de vehículos Ford	8.382.386 €	67º
Autogotran	Concesionario de vehículos BMW	8.008.110 €	71º
Bienvenido Fernández Arias	Silvicultura y otras actividades forestales	7.801.584 €	73º
Disohuelva	Concesionario de vehículos Opel	7.224.732 €	79º
Salinas del Odiel	Extracción y comercio al por mayor de sal	6.738.280 €	86º
Distribumar	Comercio al por mayor de pescados y mariscos	6.551.617 €	87º

Empresa	Actividad	Facturación 2014	Posición en la provincia
Policlínica San Pedro	Actividades hospitalarias	6.502.249 €	88°
Idamar	Comercio al por mayor de productos para el sector de la náutica deportiva y profesional	6.379.200 €	91°
Eulogio Castaño Rodríguez	Fabricación y venta al por mayor y menor de productos cárnicos y aceites	5.969.952 €	98°
Ferrosol Servicio Integral de Precisión	Limpieza de edificios, instalaciones industriales, barcos, hospitales y espacios públicos y privados	5.965.100 €	99°

2.4.5.3. CONTRATACIÓN

Más del 95% de los contratos firmados en la ciudad en Junio de 2016 son contratos temporales, un porcentaje similar al resto de la provincia y de Andalucía (Tabla 17). Los contratos a tiempo parcial han superado en más de 10 puntos los provinciales y autonómicos, con un 46,81%. Estos trabajos corresponden a la prestación de servicios durante un número de horas al día, a la semana, al mes o al año, inferior a la jornada de trabajo a tiempo completo. Cabe destacar, por otra parte, la diferencia entre la tasa de contratos a personas extranjeras en Huelva y esta misma tasa a nivel provincial, la cual triplica la de la ciudad. La razón principal está relacionada con el gran número de contratos a personas extranjeras vinculados al sector agrícola dentro de la provincia.

Respecto a la distribución de los contratos por género (Tabla 18), si bien estos están repartidos casi al 50% (ligeramente superior para los hombres), en los contratos parciales la mujer supera con un 60% a los hombres.

Tabla 17. Modalidad de contratación en Huelva

Tasas de contratos	Contratos temporales	Contratos a tiempo parcial	Contratos a personas extranjeras
Huelva	95,44%	46,81%	5,64%
Provincia de Huelva	97,91%	34,82%	16,37%
Andalucía	96,19%	35,65%	9,36%

Tabla 18. Modalidad de contratación según género

Tipo de Contrato	Hombre		Mujer		Total
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	
Contratos	2.654	54,06%	2.255	45,94%	4.909
Contratos temporales	2.550	54,43%	2.135	45,57%	4.685
Contratos a tiempo parcial	903	39,30%	1.395	60,70%	2.298

Cuando se analizan los contratos por edad (Tabla 19), puede observarse que en el rango de 25 a 39 años se encuentran más de la mitad, si bien la incorporación en la mujer es mucho más temprana con un 38% de 20 a 29 años frente al 27% de los hombres.

Respecto a los sectores de actividad (Tabla 20), el sector servicios con un 80% es el predominante, siendo su porcentaje mucho más alto en las mujeres (95%) que en los hombres (68%). Tras el sector servicios en el caso masculino, el sector que tiene más peso es la construcción con un 16%, seguido de la industria y la agricultura en último lugar.

En el análisis por nivel de formación, podemos observar en la Tabla 21 que el 66% de los contratados cuenta con estudios secundarios, no existiendo diferencias significativas por género en este apartado.

2.4.5.4. DESEMPLEO REGISTRADO Y DEMANDANTES DE EMPLEO

Con datos actualizados a Junio de 2016, el número de personas desempleadas y registradas como tal en Huelva era de 17.335, con una distribución de un 44,66% de hombres y 55,34% de mujeres, porcentajes similares a los valores de la provincia y de Andalucía.

Por rango de edad, las mayores tasas de desempleo se encuentran de 45 a 49 años, en ambos sexos, acumulando un 40% del total el intervalo de 40 a 54 años. Aun así, la distribución por rangos de edad no presenta

Tabla 19. Contratación por grupos etarios y género

Grupo Edad	Hombre		Mujer		Total	
	Contratos	Porcentaje	Contratos	Porcentaje	Contratos	Porcentaje
Menor de 20	51	1,92%	41	1,82%	92	1,87%
De 20 a 24	317	11,94%	371	16,45%	688	14,02%
De 25 a 29	436	16,43%	501	22,22%	937	19,09%
De 30 a 34	455	17,14%	376	16,67%	831	16,93%
De 35 a 39	481	18,12%	314	13,92%	795	16,19%
De 40 a 44	337	12,70%	259	11,49%	596	12,14%
De 45 a 49	282	10,63%	198	8,78%	480	9,78%
De 50 a 54	152	5,73%	124	5,50%	276	5,62%
De 55 a 59	113	4,26%	44	1,95%	157	3,20%
60 o más	30	1,13%	27	1,20%	57	1,16%
Total	2.654	100,00%	2.255	100,00%	4.909	100,00%

Tabla 20. Sector de contratación según el género

Sector	Hombre		Mujer		Total	
	Contratos	Porcentaje	Contratos	Porcentaje	Contratos	Porcentaje
Agricultura y pesca	141	5,31%	35	1,55%	176	3,59%
Construcción	442	16,65%	18	0,80%	460	9,37%
Industria	242	9,12%	57	2,53%	299	6,09%
Servicios	1.829	68,91%	2.145	95,12%	3.974	80,95%
Total	2.654	100,00%	2.255	100,00%	4.909	100,00%

Tabla 21. Contratación según nivel de estudios

Nivel de estudios	Hombre		Mujer		Total	
	Contratos	Porcentaje	Contratos	Porcentaje	Contratos	Porcentaje
No especificado	1	0,04%	3	0,13%	4	0,08%
Sin estudios	112	4,22%	97	4,30%	209	4,26%
Estudios Primarios Incompleto	70	2,64%	45	2,00%	115	2,34%
Estudios Primarios Completos	483	18,20%	269	11,93%	752	15,32%
Estudios Secundarios	1.737	65,45%	1.525	67,63%	3.262	66,45%
Estudios Postsecundarios	251	9,46%	316	14,01%	567	11,55%
Total	2.654	100,00%	2.255	100,00%	4.909	100,00%

Tabla 22. Distribución del desempleo por rango etario y género

Grupo de Edad	Hombre		Mujer		Total	
	Desempleo	Porcentaje	Desempleo	Porcentaje	Desempleo	Porcentaje
Menor de 20	181	2,34%	112	1,17%	293	1,69%
De 20 a 24	492	6,35%	464	4,84%	956	5,51%
De 25 a 29	722	9,33%	869	9,06%	1.591	9,18%
De 30 a 34	834	10,77%	1.129	11,77%	1.963	11,32%
De 35 a 39	926	11,96%	1.259	13,12%	2.185	12,60%
De 40 a 44	946	12,22%	1.407	14,67%	2.353	13,57%
De 45 a 49	1.094	14,13%	1.436	14,97%	2.530	14,59%
De 50 a 54	1.023	13,21%	1.247	13,00%	2.270	13,09%
De 55 a 59	989	12,77%	1.056	11,01%	2.045	11,80%
60 o más	535	6,91%	614	6,40%	1.149	6,63%
Total	7.742	100,00%	9.593	100,00%	17.335	100,00%

muchas diferencias en el tramo de 30 a 60 presentando un mínimo de 11% y un máximo de 14% (Tabla 22).

De entre los desempleados inscritos en la ciudad, las personas más afectadas son aquellas con estudios secundarios. Concretamente un 75% de los hombres y un 65% de las mujeres. Señalar también como hay casi el doble de mujeres desempleadas con estudios post-secundarios que hombres, que son aquellos estudios realizados tras la finalización de bachillerato; es decir, estudios universitarios, técnicos, módulos, etc. (Tabla 23).

En cuanto al sector de actividad, el más afectado por el paro es el sector servicios, que es el mayoritario en la ciudad. En cuanto al sexo, las diferencias entre hombres y mujeres son evidentes. La mitad de los hombres, el 51%, provenía del sector servicios, el 18% de la construcción, y el resto distribuidos entre agricultura y pesca, industria y personas sin empleo anterior. En cuanto a las mujeres, la mayoría proceden del sector servicios, con un 67%, de la agricultura y pesca un 15%, sin empleo anterior un 12% y el resto, en un número muy bajo de la construcción y la industria (Tabla 24).

Con respecto a los demandantes de empleo, casi la mitad de los hombres requieren puestos de trabajo en el sector servicios, seguidos de la construcción (17%), agricultura y pesca (13%) e industria (10%). En el caso de la mujer, la demanda es más acusada en el sector servicios (64%) y en el de agricultura y pesca (19%) (Tabla 25).

Tabla 23. Distribución del desempleo por género y nivel de estudios

Nivel Formativo	Hombre		Mujer		Total	
	Desempleo	Porcentaje	Desempleo	Porcentaje	Desempleo	Porcentaje
Sin estudios	234	3,02%	425	4,43%	659	3,80%
Estudios primarios incompletos	279	3,60%	302	3,15%	581	3,35%
Estudios primarios completos	294	3,80%	462	4,82%	756	4,36%
Estudios secundarios	5.825	75,24%	6.307	65,75%	12.132	69,99%
Estudios postsecundarios	1.110	14,34%	2.097	21,86%	3.207	18,50%
Total	7.742	100%	9.593	100%	17.335	100%

Tabla 24. Distribución del desempleo por género y sector productivo

Sector	Hombre		Mujer		Total	
	Desempleo	Porcentaje	Desempleo	Porcentaje	Desempleo	Porcentaje
Agricultura y pesca	869	11,22%	1.465	15,27%	2.334	13,46%
Construcción	1.446	18,68%	219	2,28%	1.665	9,60%
Industria	788	10,18%	224	2,34%	1.012	5,84%
Servicios	3.954	51,07%	6.474	67,49%	10.428	60,16%
Sin empleo anterior	685	8,85%	1.211	12,62%	1.896	10,94%
Total	7.742	100,00%	9.593	100,00%	17.335	100,00%

Tabla 25. Demandantes de empleo por sector y género

Sector	Hombres		Mujer	
	Demandantes	Porcentajes	Demandantes	Porcentajes
Agricultura y pesca	1.207	13,03%	2.226	19,08%
Construcción	1.570	16,95%	232	1,99%
Industria	994	10,73%	255	2,19%
Servicios	4.610	49,76%	7.492	64,20%
Sin empleo anterior	883	9,53%	1.464	12,55%
Total	9.264	100%	11.669	100%



De estos demandantes, la gran mayoría (alrededor de un 83%) son parados (Tabla 26). De los restantes, en el caso de los hombres, el 8,4% son ocupados o con una relación laboral, el 4,4% son demandantes sin empleo y el 3,3% son personas que requieren una atención específica. En el caso de las mujeres, el 13,4% están ocupadas o tienen una relación laboral, el 2,5% son demandantes sin empleo y el 1,6% requieren una atención específica. Las personas demandantes de un empleo específico no llegan al 1% en ninguno de los casos.

Los demandantes de empleo no ocupados, o DENOs, son aquellos que ya se consideraban desempleados en las estadísticas tradicionales del SPEE (Servicio Público de Empleo Estatal). A estos se añaden algunos colectivos que, aun no considerándose como desempleados por éstas (como los demandantes de servicios previos al empleo) sí se incluyen como desempleados en la Encuesta de Población Activa. Los datos relativos a este colectivo se incluyen en la Tabla 27.

Tabla 26. Demandantes de empleo por género

Grupos	Hombres		Mujeres		Total
	Demandantes	Porcentajes	Demandantes	Porcentajes	
Atención específica	308	3,32%	186	1,59%	494
Ocupados o con relación laboral	778	8,40%	1.569	13,45%	2.347
Demandantes de un empleo específico	30	0,32%	22	0,19%	52
Demandantes sin empleo	406	4,38%	299	2,56%	705
Desempleados	7.742	83,57%	9.593	82,21%	17.335
Total	9.264	100%	11.669	100%	20.933

Tabla 27. Distribución de DENOs

DENOs	Hombres		Mujeres	
	Demandantes	Porcentaje	Demandantes	Porcentaje
Personas Paradas	7.742	94,71%	9.593	95,06%
Trabajadores Eventuales Agrarios Subsidiados	26	0,32%	200	1,98%
Otros Demandantes no Ocupados	406	4,97%	299	2,96%
Total	8.174	100%	10.092	100%



2.4.5.5. PUERTO DE HUELVA

El Puerto de Huelva está situado en el arco suratlántico de Europa, próximo al Estrecho de Gibraltar, en el cruce de las rutas de navegación Norte-Sur y Este-Oeste, en una zona de gran valor geoestratégico. Huelva es un puerto natural de estuario, con una zona de aguas protegidas de 1.120 hectáreas. En movimiento de mercancías es el séptimo puerto español y el segundo andaluz, siendo, además, el puerto con mayor extensión de superficie libre a concesionar del sistema portuario estatal al contar con 1.700 hectáreas. Dispone de 8,5 kilómetros de muelles públicos y privados.

Con una gran especialización en el tráfico de graneles líquidos y sólidos, superando

los 26 millones de toneladas métricas, el Puerto de Huelva es un puerto industrial y energético, que dispone de un nuevo muelle con vocación logística, el Muelle Sur, donde opera una línea regular de contenedores hacia el norte de Europa y un ferry que comunica Huelva con Canarias, además de recibir escalas de cruceros.

En su inequívoco compromiso con el desarrollo económico y social de la sociedad onubense, el Puerto de Huelva continúa aportando valor al desarrollo de toda su área de influencia.

Abierto los 365 días del año, el canal de entrada tiene una anchura de entre 200 y 300 metros y un calado de 13 metros en bajamar. Dispone de buenas conexiones por autovía

con Sevilla y otras provincias andaluzas, Madrid y el Algarve portugués. En cuanto a las conexiones por ferrocarril, está conectado con Sevilla, Córdoba, Extremadura y Madrid.

El Puerto de Huelva, en su inequívoco compromiso con el desarrollo económico y social de la sociedad onubense, continúa aportando valor al desarrollo de toda su área de influencia, así se consolida como motor económico de la región, generando el 1,4 % del Valor Añadido Bruto andaluz, lo que supone 1.718 millones de euros, y aportando el 0.7% del empleo andaluz, con un total de 17.861 puestos de trabajo. Este impacto es aún mayor en la provincia de Huelva, donde el Puerto de Huelva genera el 22% del Valor Añadido Bruto y el 11% del empleo total. Todo ello sin olvidar su apuesta por ser un puerto verde e innovador, comprometido con el medio ambiente y con la conservación Paraje Natural Marismas del Odiel.





2.4.5.6. SERVICIOS PARA EMPRENDEDORES

Huelva centraliza, como capital de provincia, además de por su masa crítica poblacional, una serie de servicios para la empresa y el emprendimiento, que se podrían resumir como:

1. Servicios de apoyo a personas emprendedoras y viveros de empresas, prestados por entidades públicas con establecimiento en el municipio de Huelva:
 - a) **Ayuntamiento de Huelva: vivero de empresas** en el Centro de Inserción Sociolaboral Los Rosales (pl. de los Galeotes, s/n), con estancia gratuita para empresas de nueva creación durante los dieciocho primeros meses de actividad. Cuenta con 12 oficinas y despachos.
 - b) **Diputación Provincial de Huelva: vivero de empresas** situado en el Pabellón Los Álamos, con estancia bonificada durante el primer, segundo y tercer año de vida de la iniciativa. Dispone de 14 locales modulares.
 - c) **Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) Huelva** - Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, Huelva, con ubicación en Av Villa de Madrid, 17. Ofrece 19 despachos.
2. Otras oficinas de asesoramiento y apoyo técnico: como los servicios y programas de la **Cámara de Comercio de Huelva**, la

Federación Onubense de Empresarios, Asociación de Jóvenes Empresarios de Huelva, la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos, la Oficina Huelva Empresa.

3. Apoyo específico a spin off y proyectos de innovación, a través de la **OTRI** y el **SOI-PEA** en la Universidad, el CADE (específicamente, a través del Proyecto Lunar) y la **Agencia IDEA** (aportando financiación).
4. El municipio de Huelva cuenta con 3 Puntos de Atención al Emprendedor, gestionados por el CADE, la Agencia IDEA y la Cámara de Comercio de Huelva. Estos puntos realizan, además de la prestación de servicios de información, la tramitación para la constitución de empresas mediante el sistema de tramitación telemática desarrollado por la Dirección General de Industria y de la PYME, utilizando el Documento Único Electrónico (DUE). Este servicio es gratuito.
5. Servicios financieros y bancarios.

Aparte de la labor de concesión de créditos en la práctica habitual de las entidades financieras, existen acuerdos preferentes de entidades públicas con entidades financieras: programas de microcréditos sociales y microcréditos financieros, gestionados por Ayuntamiento de Huelva, CADE, **Centro de la Mujer**, Federación Onubense de Empresarios y Cámara de Comercio de Huelva, con entidades como Microbank y Banco de Sabadell.



2.4.6. DEPORTE

La ciudad de Huelva consta de diversas instalaciones deportivas de ámbito público repartidas entre los distritos que la integran.

En el distrito 2 se encuentra el campo de fútbol Cristóbal Colón, y las pistas polideportivas del Parque de Zafrá y Virgen de Belén. Esta última también dispone de campo de fútbol. La pista polideportiva Parque de Zafrá tiene unas dimensiones de 46 x 32 (1.472 m²), de hormigón con tratamiento superficial, y está concebido para la práctica de Fútbol-Sala, Balonmano y Baloncesto.

La pista polideportiva Virgen de Belén tiene unas dimensiones de 44 x 22 (968 m²), de hormigón con tratamiento superficial, y está concebido para la práctica de Fútbol-Sala, Balonmano, Voleibol y Baloncesto. Además cuenta con 2 vestuarios y un almacén. El campo de fútbol tiene unas dimensiones 104 x 60 (6.240 m²), de albero para la práctica de fútbol 11 y fútbol 7. Cuenta con 6 vestuarios.

El campo de fútbol Cristóbal Colón tiene unas dimensiones de 90 x 60 (5.400 m²), de albero para la práctica de fútbol 11. Cuenta con capacidad para 100 espectadores sentados.

En el distrito 3 se encuentran el polideportivo Andrés Estrada y la pista polideportiva de El Matadero. El polideportivo municipal Andrés Estrada es un recinto multiusos que cuenta con: 1) Pabellón con una pista polide-



portiva cubierta con unas dimensiones de 45 x 27 (1.215 m²) y con capacidad para 2.112 espectadores; 2) Piscina cubierta con unas dimensiones de 24 x 12,5 y una profundidad mínima y máxima de 1,40 a 2,20 metros respectivamente. Aforo para 270 espectadores; 3) Pista polideportiva al aire libre con unas dimensiones de 42 x 30 (1.260 m²) de pavimento sintético elástico; 4) Gimnasio o sala polivalente con unas dimensiones de 18 x 11 (198 m²), y en él se desarrollan gimnasia de mantenimiento, aeróbic, gimnasia rítmica, gimnasia jazz y bádminton; 5) Sala de musculación y cardiovascular con unas dimensiones de 18 x 11 (198 m²). Tiene una capacidad para unas 40 o 50 personas. Se trata de una sala especializada y equipada con equipos donde desarrollar actividades de fitness y actividades cardiovasculares; 6) Sala de artes marciales–tatami con unas dimensiones de 9 x 8 (72 m²). Dispone de un tatami donde se desarrollan actividades como judo y karate y otras actividades de artes marciales, gimnasia de mantenimiento y defensa personal; 7) Sala de tenis de mesa de 9 x 8 (72 m²); 8) Pista de bádminton-escenario; 9) 5 vestuarios colectivos y 3 individuales, 4 aseos públicos y 3 almacenes deportivos. La pista polideportiva de El Matadero cuenta con dos espacios deportivos. El primero de ellos se trata de una pista polideportiva con unas dimensiones 49 x 24 (1.176 m²) de hormigón poroso, y está concebido para la práctica de Fútbol-Sala, Baloncesto y Balonmano, y el segundo se trata de un campo de fútbol

7, con unas dimensiones 60 x 24 (1.440 m²) de albero. Además dispone de 2 vestuarios prefabricados, un almacén para el material deportivo y aparcamiento.

En el distrito 4 está pista polideportiva La Morana, con unas dimensiones de 46 x 28 (1.288 m²), de hormigón con tratamiento superficial, y está concebido para la práctica de Fútbol-Sala, Balonmano, Baloncesto. Cuenta con 2 vestuarios y aparcamiento.

El distrito 5 se encuentra el campo de fútbol de Pérez Cubillas, de 93 x 62 (5.766 m²) de albero, y está concebido para la práctica de Fútbol 11 y Fútbol 7. Además cuenta con capacidad para 300 espectadores, 2 vestuarios y aparcamiento.

En el distrito 6 se encuentra la pista polideportiva de la Calle Jabugo y el campo de fútbol de Los Rosales. La pista polideportiva de la Calle Jabugo cuenta 3 espacios deportivos: el primero de 44 x 32 (1.408 m²) de hormigón con tratamiento superficial, y está concebido para la práctica de Fútbol-Sala, Balonmano, Voleibol y Baloncesto. El segundo es una pista de fútbol-sala de las mismas dimensiones, pero concebido sólo para fútbol-sala, y el tercero es una pista de baloncesto de 32 x 19 (608 m²) y un graderío de 60 espectadores. Además cuenta con 6 vestuarios, almacén deportivo y una grada con 210 espectadores. Dispone de aparcamiento. El campo de fútbol de Los Rosales tiene unas dimensiones de 90 x 50 (4.500 m²) de albero, y está concebido para

la práctica de Fútbol 11 y Fútbol 7. Cuenta con capacidad para 300 espectadores sentados y con 5 vestuarios.

El distrito 7 cuenta con diferentes espacios deportivos: el Palacio de Deportes (incluyendo El Saladillo y el Estadio Iberoamericano), el campo de fútbol del Torrejón y las pistas polideportivas de los Desniveles, la Hispanidad y Nueva Huelva. El Palacio de Deportes tiene acceso para deportistas de competición y deportistas en general, y es usado a diario por clubes y asociaciones. Dentro del mismo se encuentran las siguientes áreas: 1) Pabellón principal cubierto con unas dimensiones de 56 x 32 (1.792 m²), donde se desarrollan actividades como fútbol sala, baloncesto, balonmano, voleibol, bádminton, boxeo, etc., y cuenta con una grada con aforo para 5.000 personas; 2) Pabellón de entrenamiento con unas dimensiones de 34 x 20 (680 m²). Permite la práctica deportiva para entrenamientos e iniciación. Se desarrollan actividades como baloncesto, balonmano y voleibol; 3) Sala de esgrima de 32 x 8 (256 m²), concebido para la práctica exclusiva de esgrima; 4) Sala de boxeo de 12 x 10 (120 m²), concebido para la práctica exclusiva de boxeo; 5) Sala de musculación especializada y equipada con instrumentos donde desarrollar actividades de fitness y actividades cardiovasculares; 6) Sala de artes marciales de 12 x 10 (120 m²), cuenta con un tatami donde desarrollar judo, kárate y otras artes marcia-

les, defensa personal, gimnasia de mantenimiento; 7) Gimnasio de mantenimiento de 12 x 7 (84 m²), concebido para realizar aeróbic y otras actividades de mantenimiento. El Palacio de Deportes también dispone de espacios complementarios: 10 aseos públicos, 10 vestuarios, 6 masculinos y 4 femeninos, gradas y 4 almacenes deportivos.

La pista polideportiva Los Desniveles mide 44 x 30 (1320 m²) de hormigón poroso, y está concebido para la práctica de Fútbol-Sala, Balonmano, Baloncesto y Voleibol. Dispone de una buena iluminación, 4 vestuarios y aparcamiento. La pista polideportiva de La Hispanidad está techada, tiene unas dimensiones de 44 x 24 (1.056 m²) con pavimento sintético rígido, y está concebido para la práctica de Fútbol-Sala, Balonmano y Tenis. Además cuenta con 3 vestuarios, almacén deportivo, buena iluminación, un graderío de 100 personas y aparcamiento. La pista polideportiva Nueva Huelva cuenta con dos espacios deportivos, dos pistas con unas dimensiones de 50 x 24 (1.200 m²) de hormigón poroso, y está concebido para la práctica de Balonmano, Tenis, Voleibol y Baloncesto. Dispone de aparcamiento. El campo de fútbol de El Torrejón mide 105 x 52 (5.460 m²), de albero, para la práctica de fútbol 11 y fútbol 7. Dispone de 3 vestuarios y aparcamiento con fácil acceso a la instalación.

Por último, en el distrito 8 también aparecen diversas áreas deportivas, como la Ciudad Deportiva, el polideportivo Diego

Lobato y las pistas polideportivas Licinio de la Fuente, El Ancla y Marismas del Odiel. La Ciudad Deportiva es una de las instalaciones de mayor antigüedad en Huelva (inaugurada en 1964), si bien desde entonces hasta la actualidad se han producido numerosas remodelaciones y ampliaciones. En la actualidad, cuenta con numerosas pistas deportivas que permiten la práctica deportiva de fútbol, tenis, atletismo, padel, frontón, etc. Asimismo, posee instalaciones como un rocódromo, circuito de cross training, zona infantil y gimnasio. Actualmente, estas instalaciones se encuentran gestionadas desde la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

El polideportivo Diego Lobato es un recinto multiusos que cuenta con: 1) Pabellón con pista cubierta con unas dimensiones de 51 x 28 (1.428 m²), donde se puede realizar fútbol-sala, baloncesto, balonmano, volei-

bol, educación física, boxeo, bádminton, etc. En dicho espacio deportivo entrena el club profesional de bádminton Recreativo IES La Orden, actual campeón de la División de Honor, máxima categoría nacional. Tiene capacidad para 380 espectadores; 2) Piscina deportiva cubierta climatizada con unas dimensiones de 25 x 16,6 (415 m²), y una profundidad máxima y mínima de 1,80 –1,50 metros respetivamente. Dispone de un vaso de enseñanza de 6 x 16 metros; 3) Pista polideportiva al aire libre de 50 x 28 (1.400m²) que concibe la práctica de fútbol-sala, baloncesto, balonmano, voleibol y educación física; 4) Gimnasio o sala polivalente de 20 x 12 (198 m²). Las actividades principales que se llevan a cabo son gimnasia de mantenimiento, aeróbic, gimnasia rítmica, gimnasia jazz, educación física, etc.; 5) Sala de musculación equipada con instrumentos gimnásticos, de musculación y cardiovascular, y cuenta con unas dimensiones de 12 x 10 (120 m²); 6)



Sala especializada en artes marciales donde se desarrollan actividades como judo, kárate, artes marciales, defensa personal, gimnasia de mantenimiento. Tiene unas dimensiones de 11 x 9 (99 m²); 7) Pistas de pádel con unas dimensiones de 20 x 9 (180 m²).

El polideportivo Diego Lobato cuenta también con una serie de espacios complementarios como son: 4 servicios y aseos públicos, 10 vestuarios colectivos y 4 individuales, y varios almacenes deportivos.

La pista polideportiva El Ancla de 50 x 28 (1.400 m²) tiene un pavimento sintético rígido, y está concebido para la práctica de Fútbol-Sala, Baloncesto, Voleibol y Balonmano. Dispone de aparcamiento y cuenta con 4 vestuarios, aseos y servicios. La pista polideportiva Licinio de la Fuente de 46 x 28 (1.288 m²), de hormigón con tratamiento superficial, está concebida para la práctica de Fútbol-Sala y Balonmano. Dispone de aparcamiento. La pista polideportiva Marismas del Odiel es una de las más competas de nuestra ciudad. Cuenta con 5 espacios deportivos (4 pistas polideportivas y una pista de tenis). Las dos primeras pistas polideportivas tiene unas dimensiones 44 x 22 (968 m²), de hormigón con tratamiento superficial. Dispone de cerramiento al exterior. La tercera y la cuarta tienen unas dimensiones 34 x 18 (612 m²), es de hormigón con tratamiento superficial y está concebida para baloncesto; y la quinta se trata de una pista de tenis con unas dimensiones de 36 x 18 (648 m²), de hor-

migón con tratamiento superficial. Dispone también de 6 vestuarios, aseos, un almacén deportivo y aparcamiento.

Por otro lado, Huelva cuenta con una campaña municipal de natación escolar que va desde primeros de octubre a mediados de junio. Las instalaciones que se usan para el desarrollo de la actividad son el Polideportivo Andrés Estrada y el Polideportivo Diego Lobato. El número de participantes es de unos 1.200 alumnos/as que están cursando entre 2º y 4º de primaria, y pertenecen a un total de 28 Centros de Enseñanza, dos de ellos de educación especial. Participan cuatro centros por día distribuyéndose de lunes a viernes de 9:00 h. a 13:00 h. con una duración de 55 minutos por clase.

Cabe señalar también, que en el año 2016 se realizaron en Huelva los sextos juegos europeos de policías y bomberos, que se desarrollan cada dos años de número par. En estos juegos se llevan a cabo diversas competiciones deportivas: Ajedrez, atletismo, bádminton, baloncesto 3x3 y 5x5, biatlón, boxeo, carrera nocturna, carrera de orientación, ciclismo contrarreloj, ciclismo en ruta, concurso de triples, culturismo y fitness, dardos, dominadas, duatlón, fútbol 7, fútbol 11, fútbol playa, fútbol sala, futvoley parejas, golf, hockey hierba 7, judo, kárate, media maratón, natación, pádel, pesca, piragüismo K1 y K2, rocódromo, subida de cuerda, tenis, diferentes modalidades de tiro, etc., algunas de las cuales han estado abiertas al público.

Por último, la ciudad de Huelva cuenta con el club de fútbol más antiguo de España, el Real Club Recreativo de Huelva S.A.D., motivo por el cual se le conoce como Decano del Fútbol Español.





2.4.7. CULTURA

Huelva posee puntos donde se desarrollan diferentes actividades relacionadas con la cultura. Entre éstos hay puntos dependientes de instituciones y administraciones públicas, y otros de titularidad privada, en los que se programan diferentes actividades culturales. A continuación se exponen algunos de los eventos culturales que se han realizado en Huelva, junto con puntos que por su propia historia y arquitectura tienen interés cultural por sí mismo y desde donde también se realizan actividades culturales.

2.4.7.1. EVENTOS CULTURALES

Las actividades culturales de mayor trascendencia se desarrollan en algunos de los siguientes espacios:

- **Museo de Huelva:** Está situado en la Alameda Sundheim, una de las avenidas más emblemáticas de la ciudad, ensanche de la Huelva decimonónica y más tarde configurada como paseo de invierno y residencia de la alta burguesía en las primeras décadas del siglo XX. Tras varios intentos de dotar a Huelva de un museo, es en la década de los 40 cuando abre como museo arqueológico en una pequeña sede en el puerto de Huelva, donde permaneció hasta que en 1973 se inaugura el actual edificio.

De las dos áreas que posee, Bellas Artes y Arqueología, los recorridos expositivos





para la Sección de Bellas Artes dependen en cada momento de las características específicas de las Exposiciones de carácter temporal que sean programadas, mientras que la exposición de Arqueología es permanente, utilizando como argumento rector la riqueza minero-metalúrgica del subsuelo onubense.

La exposición de Arqueología está dividida en cuatro bloques temáticos.

El primero se centra en el momento cultural en que las primeras sociedades humanas comienzan a fabricar útiles y herramientas que le van a permitir un mayor conocimiento y explotación del territorio, procesos estos que con el tiempo les llevará al control y manipulación de plantas y animales. Es el momento en que la sociedad comienza a ser consciente del valor y uso de los minerales en su entorno.

El segundo bloque expositivo cuenta cómo los metales van entrando en la vida cotidiana, dando lugar a las primitivas producciones suntuarias, momento en que los procesos vistos en el bloque anterior van a permitir una mayor diversificación del trabajo y en consecuencia una mayor diversificación social, y en el caso de Huelva se va a manifestar muy claramente en el mundo funerario y en sus ajuares, siendo el más característico el enterramiento colectivo.

El tercer bloque se centra en el conocimiento de la cultura tartésica y sus relaciones con los diferentes pueblos con los que comercia y que la influyeron, hasta llegar a convertir-

se en una rica y sofisticada civilización, lo que nos permite considerarla como una de las grandes culturas del arco mediterráneo.

El último bloque de la exposición muestra cómo tras la conquista romana se va a producir una nueva estructuración del territorio, que originará una mayor explotación del medio y que se manifiesta también en un gran aumento de las explotaciones mineras, en la propia organización de la producción agrícola y en la explotación de los recursos piscícolas de la costa. Todos estos procesos, van a incorporar a la provincia onubense y a la Península Ibérica en general, al primer gran imperio de carácter mediterráneo, el Imperio Romano.

La exposición intenta enfatizar los rasgos culturales propios del entorno sin que ello signifique su exclusión de estructuras-socio-culturales más amplias. Se pretende que el público pueda autogestionar su visita a través de la visión múltiple que se ofrece en la exposición permanente, con el establecimiento de una circulación abierta sólo obligada por la distribución del espacio en los citados cuatro bloques, que dan continuidad al proceso de cambio cultural. Subliminalmente, se ha seleccionado la minería y la metalurgia como la invariante que marca la evolución histórica de Huelva a lo largo del tiempo.

La Sala de Exposiciones Siglo XXI es una sala del Museo de Huelva cedida a la Diputación y donde se rotan diferentes exposiciones, la mayoría de artistas onubenses.

- **Casa Colón:** En este complejo se realizan exposiciones de diferente naturaleza, como la Exposición de Filatelia y Coleccionismo Onugarve, en que participan coleccionistas de Huelva y del Algarve, o el Salón Internacional del Cómic, que en el año 2016 celebró su décimo aniversario y que cada vez cuenta con más afluencia de público.

- **Gran Teatro:** Presenta una gran variedad de actuaciones de diferente índole, desde musicales, danza, espectáculos teatrales, conciertos, recitales, monólogos hasta el Festival de Cine Iberoamericano, contando en el otoño de 2016 con un total de 23 actuaciones.

- **Las Cocheras del Puerto** es un centro multifuncional que conforma un espacio cultural que abrió sus puertas en 2011 tras ser rehabilitado. Perteneciente al Puerto de Huelva, cuenta con un espacio de 730 m² con un aforo para 256 personas en gradas móviles que se retiran para organizar exposiciones. En las cocheras se realizan conciertos, exposiciones de pintura o sesiones de teatro de diversas compañías, entre otros.

- **Fundación Cajasol:** Entidad sin ánimo de lucro que tiene como objetivo la realización de actividades, iniciativas y proyectos enmarcados dentro de sus cuatro grandes áreas de actuación: acción social, acción cultural, emprendimiento y formación. La Fundación ofrece todas las herramientas para que se fomente el emprendimiento y se difunda entre la sociedad, como una vía para poner



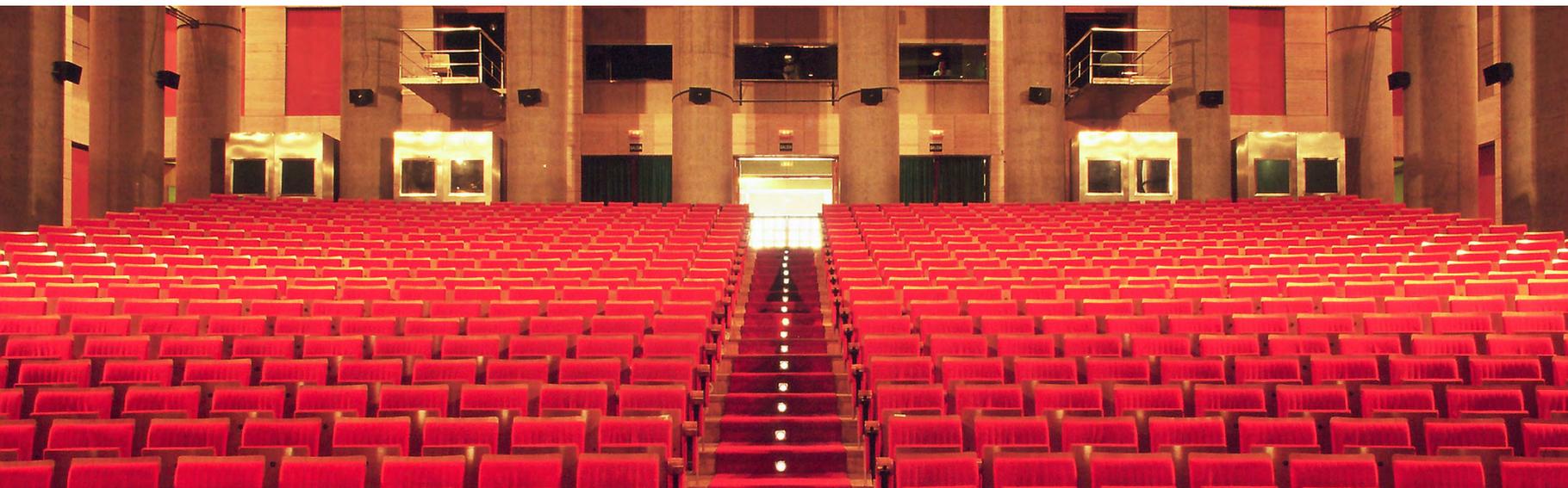
de manifiesto y desarrollar el potencial que existe en Andalucía. La fundación realiza un amplio número de actividades como exposiciones de pintura o fotografía, conciertos, teatro, danza o cine. En Huelva dispone de los emplazamientos de la Sala Juan Ramón Jiménez y del Centro Cultural (C/ Puerto, 10), y del Salón de Exposiciones Plus Ultra (C/ Plus Ultra, 4-6).

- **Fundación Social y Cultural de la Caja Rural del Sur** tiene como fin la formación y educación en los principios cooperativos, la promoción de las relaciones intercooperativas y la difusión del cooperativismo; así como la promoción cultural, profesional y asistencial del entorno local o de la comunidad en general, la mejora de la calidad de vida y del desarrollo comunitario y las acciones de protección ambiental.

En cuanto a los eventos, cabe destacar el **Festival de Cine Iberoamericano**. Este festival tiene sus inicios en el año 1974, teniendo por ello una historia de más de 40 años. Desde su origen, tiene entre sus objetivos fomentar y defender el cine iberoamericano; esto es, aquel cine creado en países europeos y americanos de habla hispana o portuguesa. La proyección internacional de este Festival hace que sea uno de los mayores eventos culturales de la ciudad de Huelva, al que acuden habitualmente reconocidas personas del ámbito del cine. El Festival posee diferentes secciones, y su premio principal se conoce como el Colón de Oro. Otro de los reconocimientos es el premio Ciudad de Huelva, que habitualmente se entrega al reconocimiento de toda la carrera de algún profesional de la industria del cine.

Por otro lado, hay que señalar que en Huelva existen diversos bares y salas de concierto donde se organizan numerosas actividades culturales en vivo, fundamentalmente orientadas hacia la música en directo así como monólogos y teatro. La información semanal relativa a las mismas se pueden encontrar en las webs de promoción de actividades disponibles.

Huelva cuenta además con la Banda Sinfónica Municipal, que desde 1908, con casi treinta músicos, constituye una corporación artística con el fin de fomentar la cultura musical de Huelva, dentro del intervalo mayor posible de tendencias y estilos musicales, ofreciendo al público una música de calidad.





Por otro lado, la Universidad de Huelva, a través del **Área de Cultura de la Universidad de Huelva**, organiza una programación de actividades culturales destinadas a la comunidad universitaria y con la participación de la sociedad en general. Dentro de esta área destacan el aula de teatro, el coro universitario o una amplia oferta cultural. Además, el área de cultura de la Universidad de Huelva apuesta por el pop-rock independiente con el Cantero Rock, que desde 2001 organiza un concierto mensual desde el mes de octubre hasta mayo en alguna de las salas que acogen estas propuestas musicales, Salones de Actos del Campus de El Carmen, Gran Teatro o la Sala Las Cocheras del Puerto.

Otros eventos culturales desarrollados en 2016 y con perspectiva de mantenerse a lo largo del tiempo en la ciudad de Huelva son: 1) Halloween Rock, consistente en concierto ofrecido por tres bandas en directo; 2) la noche de los edificios muertos y los espacios muertos. Esta actividad está organizada por la Plataforma Ciudadana Huelva te mira, organizando una marcha fúnebre-festiva por las calles del centro de Huelva con la intención de honrar y resucitar a ritmo de jazz a los edificios y espacios públicos 'muertos' que no quieren enterrar, como simbiosis cultural de los funerales de Nueva Orleans y La Catrina de México, para celebrar el estado 'muerto temporal' de edificios y espacios públicos largamente abandonados en la ciudad; 3) I Feria del Caballo: Por primera vez

se realiza en la ciudad de Huelva este evento relacionado con el mundo del caballo, organizado por la Agrupación de Empresarios de Comercio de Isla Chica y la Escuela Hípica de Huelva; 4) I Festival Flamenco 'Ciudad de Huelva': Este evento cultural musical contó en 4 días con 17 actuaciones repartidas en cuatro escenarios, Casa Colón, Barrio Obreiro, el Gran Teatro y la Plaza del Punto. Acompañando el festival, en la Casa Colón hubo dos exposiciones relativas al flamenco, 'El Flamenco. Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad', compuesta por 40 fotografías digitales cedidas por el Instituto Andaluz del Flamenco, y 'Un paseo por el flamenco' del Centro Andaluz de Documentación del Flamenco.

Además de lo anterior, hay que señalar que en Huelva se inauguró la Muestra Gastronómica de Huelva, con 20 expositores.

Según la publicación Territorio Huelva, la capital onubense contó durante el año 2016, a excepción de Diciembre, con más de 100 exposiciones, más de 300 conciertos, más de 200 talleres o cursos, además de actividades para niños, relacionadas con la gastronomía, con la naturaleza, o eventos deportivos y literarios, charlas de diversa índole, proyecciones de cine y obras de teatro.

Los eventos que se muestran son los que empezaron en cada mes y no todos los eventos que hubo en un mes, ya que muchos de los eventos se alargan en el tiempo durante más de un mes (Tabla 28).

También dentro del mundo de la cultura, Huelva concede anualmente el Premio Diego Díaz Hierro de Investigación. Diego Díaz Hierro fue un historiador y poeta onubense que dio a conocer la historia de Huelva a través de monografías y libros. Fue nombrado Cronista de Huelva, y su archivo y biblioteca fueron donados a la ciudad tras su muerte. El Ayuntamiento de Huelva convoca este premio con el propósito de rendir homenaje a la memoria de Diego Díaz Hierro, de fomentar la investigación sobre aspectos desconocidos o poco estudiados relacionados con la historia, arqueología, arte, urbanismo, sociología, antropología, costumbres populares, folclore, lingüística y literatura referidos a la ciudad de Huelva y su entorno.

2.4.7.2. PUNTOS Y ACTIVIDADES DE INTERÉS CULTURAL

La ciudad de Huelva presenta diversos puntos de interés, interesantes tanto para el turista que busca cultura como para el propio ciudadano onubense.

Si partimos de los restos más antiguos de los que cuenta la ciudad, arqueológicamente encontramos restos fenicios y romanos. En el cabezo de San Pedro aparecen los restos de un muro, que se supone de contención, que pone de manifiesto la presencia de una fortificación de la época fenicia, superpuesta por construcciones de un momento anterior. Los cabezos anteriormente nombrados son colinas de hasta 60 metros formadas por se-

Tabla 28. Distribución de eventos culturales durante 2016 en la ciudad de Huelva

Meses	Exposiciones	Música	Niños	Cursos y Talleres	Gastronomía y Mercados	Teatro	Naturaleza	Fiestas	Rutas	Deportes	Literatura	Charlas	Cine
Enero	21	34	19	52	5	3	7	4	2	10	10	4	0
Febrero	15	38	15	24	2	4	8	2	5	6	6	7	0
Marzo	6	42	14	19	4	3	10	2	8	3	9	7	6
Abril	16	46	7	20	2	13	4	0	5	5	18	4	5
Mayo	11	44	8	18	1	7	4	0	4	4	12	6	2
Junio	4	30	23	27	3	7	9	2	10	9	11	4	4
Julio	3	17	11	10	0	7	4	0	5	0	0	1	3
Agosto	1	14	14	5	0	4	4	1	4	0	1	2	0
Septiembre	13	5	2	20	0	3	0	1	0	1	2	2	0
Octubre	6	37	22	37	2	14	11	1	9	4	17	9	9
Noviembre	4	17	5	17	2	5	2	1	2	2	5	8	8
Diciembre													
Total Año	100	324	140	249	21	70	63	14	54	44	91	54	37

dimentos de los estuarios de los ríos Tinto y Odiel, y donde se pueden encontrar restos fósiles marinos. Son, junto con las Marismas del Odiel, uno de los principales puntos de interés naturales de la ciudad.

Ya de la época romana encontramos una domus romana (tipo de vivienda de familias de un cierto nivel económico) en el centro de Huelva, cerca de la plaza de las Monjas, que datan del siglo I a.C., o una necrópolis también romana. Las obras de edificación donde se encontraba el Colegio Francés dejaron al

descubierto en el año 2000 la necrópolis norte de la época romana. La complejidad de los diferentes yacimientos hizo que las obras del nuevo edificio de viviendas se prolongase hasta el año 2007, compaginando la construcción con la investigación arqueológica, creándose así una integración de parte de los restos en el propio edificio en forma de plaza donde visitar las construcciones romanas conservadas. En estos restos se pueden observar diferentes elementos, como un monumento funerario o un mausoleo circular. Por último, de esta época también hay restos

en el Parque Arqueológico y Museo Cabezo de la Almagra, ubicado en el Campus de El Carmen de la Universidad de Huelva, inaugurado en 2011, con una superficie de más de 20.000 m². Se trata de un museo al aire libre con la idea de que los visitantes hagan un recorrido por distintas etapas históricas de la ciudad. En esta zona hay restos desde el siglo I a.C. hasta el siglo VI d.C. que muestran elementos de una antigua explotación agrícola. En estas 'villae' existían diferentes edificios de carácter productivo, administrativo y residencial de la clase acomodada

romana que vivían de dicha explotación agrícola. Entre estos edificios se encontraban la ‘pars urbana’, la zona residencial, la ‘pars rustica’, el área de vivienda de los trabajadores y la ‘pars frumentaria’, que contenía los graneros, almacenes, molinos y bodegas.

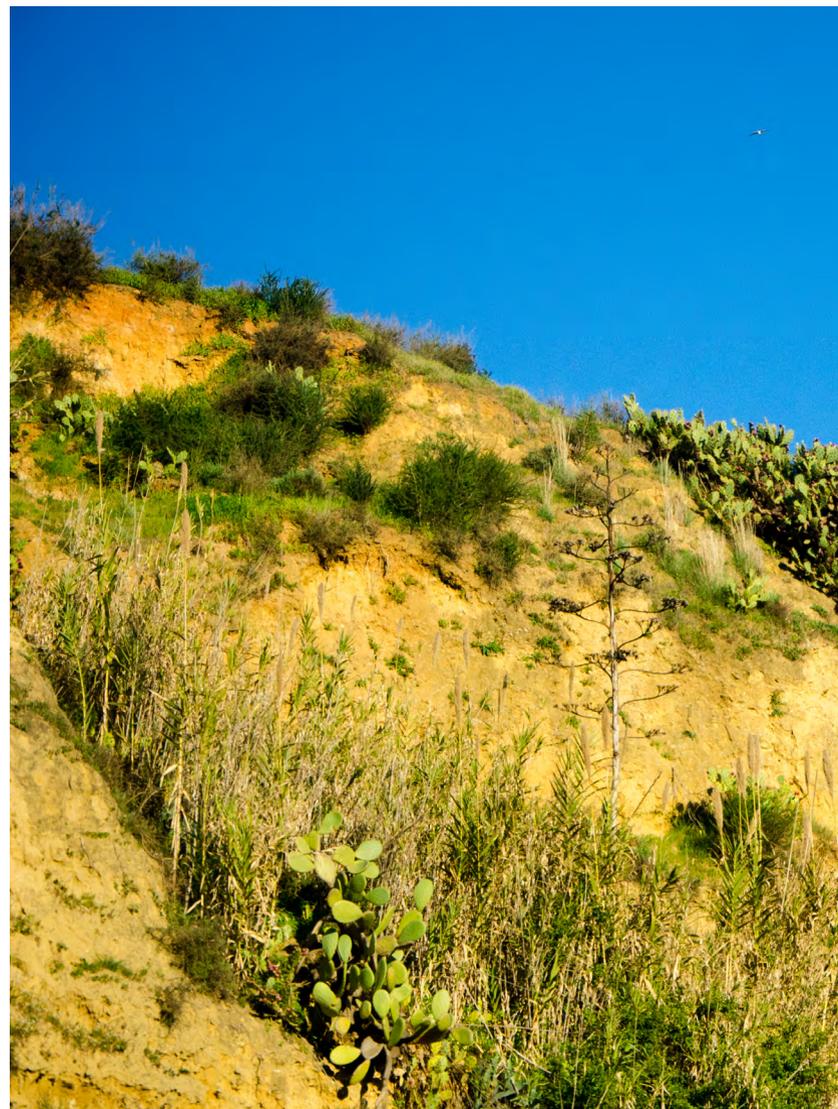
De una época posterior encontramos un complejo industrial de aceite de la etapa islámica, encontrándose cestería y cerámica, además de una almazara con dos estructuras, y por último, existen también evidencias de un cortijo contemporáneo.

De la época musulmana encontramos el edificio más antiguo de la ciudad de Huelva, el Humilladero de la Cinta, y aunque no se conoce con exactitud su fecha exacta, se data de la Edad Media, concretamente de la época musulmana tardía. Esta estructura corresponde con un morabito árabe anterior a la conquista de la ciudad por Alfonso X en 1262.

La siguiente etapa que marca el carácter de la ciudad es la época del Descubrimiento. En esta época, entre el siglo XV y XVI, es cuando se construyen la mayoría de las iglesias de la ciudad, como la de San Pedro, la más antigua, construida entre el siglo XIV y el XV sobre los restos de una mezquita árabe en un estilo gótico-mudéjar. En el siglo XVIII se cambia el retablo mayor por otro nuevo. La iglesia de la Concepción, segunda iglesia más antigua de la ciudad que inició su construcción en 1515 en un estilo gótico-mudéjar, cuenta con tres naves, una central y dos laterales, y ha sufrido varias reconstrucciones a lo largo de los siglos.

También de esta época es el Santuario de Ntra. Sra. de la Cinta. Se encuentra en uno de los cabezos de la ciudad y data del siglo XV. Su historia se encuentra íntimamente arraigada a la época colombina. Es un edificio gótico-mudéjar de planta rectangular dividida en dos partes. La primera es un patio enrejado con galerías con pórticos de medio punto desde donde se encuentra la entrada al templo a través de tres puertas del siglo XVI. Dentro encontramos un retablo de madera policromada del siglo XVIII y una talla de la Virgen de 1760.

El convento de Santa María de Gracia de las Reverendas Madres Agustinas se encuentra en un lateral de la Plaza de las Monjas, sobre





una necrópolis árabe. Comenzó a construirse en 1510 y en 1618 se creó la capilla del altar mayor. La última restauración fue en 2003.

Otro edificio, no religioso, que queda de esta época es una construcción conocida como Berdigón 14. Situada en la calle del mismo nombre encontramos esta construcción que corresponde a una casa típica marinera del siglo XV, y en su época se encontraba al pie de la marisma. Está formada exteriormente por un suelo empedrado con cantos redondos, usado para la subida de los barcos. Interiormente se encuentra una singular escalera que llega hasta un doblado y una habitación donde se guardaba el grano o el pescado seco. Presenta también un patio de barro rojo. Fue restaurada en el año 2003.

Posterior a esta etapa histórica se construyó la Catedral de la Merced, concretamente en el año 1615 por el Duque de Medina-Sidonia para los monjes mercedarios descalzos, con diferentes estilos, desde el Renacentista hasta al Barroco, pasando por el Colonial y Conventual. La iglesia pasa a ser catedral en 1953 cuando se crea la diócesis de Huelva. El palacio de los Duques de Medina-Sidonia, erigido en el siglo XVIII se encontraba en los alrededores de la Plaza de las Monjas.

Ya en el siglo XVIII se construyó la actual Ermita de la Soledad, aunque la original pudo ser construida en el siglo XIII tras la conquista de la ciudad por Alfonso X. Se trata de una pequeña iglesia de estilo barroco de planta rectangular, y hasta la actualidad ha tenido múltiples usos, como sede la Cátedra de Latinidad y Gramática, hospital, escuela cristiana, academia, lugar de ensayo de la banda municipal y albergue de transeúntes hasta su rehabilitación en 1992.

El siglo XIX fue otra etapa que cambió la ciudad de Huelva, no sólo desde el punto de vista arquitectónico y urbanístico, sino también logístico, económico y cultural, llegando hasta nuestro días lo que hoy conocemos como el legado británico, quedando varias muestras de él.

De esta época es la Casa Colón y Palacio de Congresos. Originalmente construido como hotel de lujo a finales del siglo XIX para alojar a los altos directivos de las compañías mineras de la cuenca minera. El complejo de cuatro edificios tiene inspiración británica,

colonial y modernismo temprano. Los cuatro edificios son, la casa grande, edificio principal, cuya zona más conocida es el Salón de las Chimeneas, con cerámica vidriada color verde y figuras humanas en relieve; el pabellón de Poniente y Levante, dos edificios de planta rectangular, separados por el jardín central, a los que se accede por escalinatas de mármol; el pabellón Norte, hoy desaparecido, y por último, los jardines, de influencia francesa, contienen especies vegetales exóticas, como dragos, yucas, árbol de Júpiter, etc., mezcladas con otras autóctonas.

El barrio Reina Victoria, conocido popularmente como Barrio Obrero, es un conjunto de casas construido por la Riotinto Company Limited para que viviesen sus trabajadores. Consiste en nueve calles paralelas y dos perpendiculares de uso peatonal, con jardines y una plaza pública. Las casas tienen una planta en forma de T, cocina-comedor, 2 o 3 dormitorios y cuarto de baño, techo a dos aguas, y el resto de la parcela se dedica a zonas verdes. En la actualidad ha sido declarado conjunto histórico.

También de esta etapa son las edificaciones logísticas, como los muelles de la Compañía de Tharsis y de Riotinto o la Estación de Sevilla. Estos muelles fueron construidos a finales del siglo XIX para que las empresas mineras transportasen el mineral traído de la cuenca a los barcos atracados. El muelle de la Compañía de Tharsis fue todo un hito en cuanto al diseño y tecnología de la ingeniería civil del momento, el de la Compañía de Riotinto ha sido declarado bien de interés cultural. La Estación de Sevilla también pertenece a la época inglesa y fue construido por manos privadas para unir por línea férrea Sevilla y Huelva, de ahí su nombre. De estilo neomudéjar, el edificio consta de dos torreones laterales de mayor altura y volumen que el cuerpo central, que sobresale ligeramente hacia el exterior.

Por último, a mediados del siglo XIX, concretamente en 1856, fue construido el actual Instituto de Educación Secundaria La Rábida también como Instituto de Segunda Enseñanza, y sirvió de aposento al rey Alfonso XII en su visita a la ciudad en 1882. Fue donde se estableció la primera estación meteorológica de la ciudad y de la provincia. Presen-





ta una arquitectura peculiar por su mezcla de estilos, como el historicismo, modernismo, neomudéjarismo, neogoticismo, etc.

En el siglo XX también se han construido edificios que ya forman parte de la imagen de la ciudad, como el Palacio de Mora Claros, que consta de diferentes estilos. En su interior se distinguen elementos de decoración modernista y tanto las cristalerías como los zócalos tienen una decoración vegetal y paisajística. El acceso a la planta superior se realiza mediante una escalinata sobre la que aparece una cúpula de cristal. El Gran Teatro, inaugurado en 1923, con un estilo neoclásico. Interiormente tiene una distribución funcionalista que se realizó pensando en el llamado 'cinematógrafo' que empezaba a estar de moda, primando la zona de espectadores frente a la escena. En los años 80 fue remodelado.

El Ayuntamiento también es de esta época, comenzándose a construir en 1942. El edificio es de estilo neo-herreriano, con una severa horizontalidad, exterior de pizarra, piedra y ladrillo, y torres laterales, rematadas en chapiteles piramidales terminados en punta.

Anteriormente a la construcción de estos edificios se realizó el Centro de Interpretación de las Cocheras del Puerto, situado en el Parque de Zafra. Estas dos naves que fueron proyectadas en 1909 fueron usadas como cocheras de locomotoras y almacén del Puerto de Huelva, aunque en la actualidad se ha transformado en un Centro de Interpretación que explica los efectos de la revolución industrial y de la explotación minera en la provincia. También funciona como un centro cultural donde se realizan eventos teatrales, musicales y de danza, entre otros.

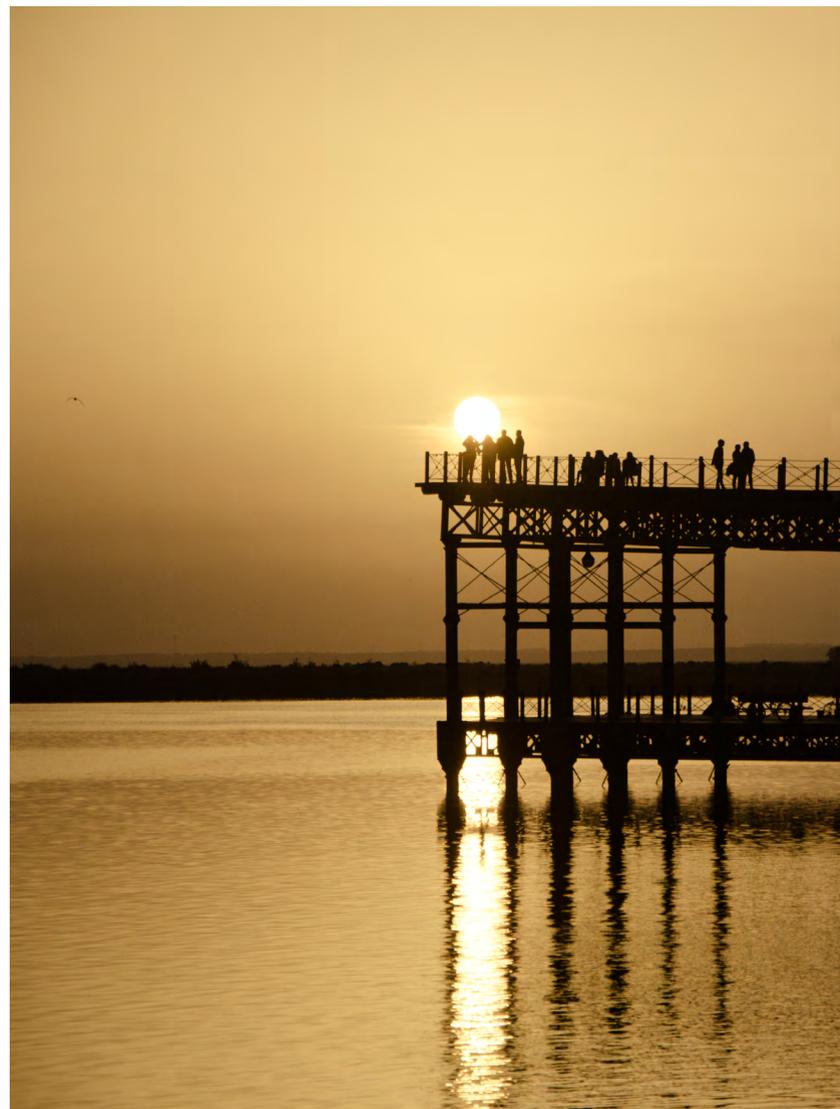
Uniendo el legado británico del siglo XIX con el XX encontramos la tumba de 'El hombre que nunca existió', tumba de William Martin, el falso oficial naval británico de la Operación 'Mincemeat' durante la Segunda Guerra Mundial, en la que se hizo creer al alto mando alemán que la documentación falsa que llevaba sobre un ficticio ataque a Sicilia era verdadera. El cuerpo del falso oficial se encuentra enterrado en el cementerio municipal.

De esta época, ya tan cercana a la actualidad, datan varias muestras de la identidad de Huelva con el Descubrimiento, como el monumento a Alonso Sánchez o el monumento a la Fe Descubridora. El monumento a Alonso Sánchez recuerda a este marino y comerciante onubense del siglo XV. Según la crónica del Inca Garcilaso de la Vega, Alonso Sánchez, en un viaje hacia Inglaterra es sorprendido por una tormenta, y tras varias semanas sin rumbo llegó a una isla, que podría ser Santo Domingo. Después de un tiempo allí, volvería y contaría a Colón esa travesía. El monumento a la Fe Descubridora es una escultura realizada por Gertrude V. Whitney en 1929, situado en la Punta del Sebo, punto de unión de los ríos Tinto y Odiel, y que representa a los marineros que consiguieron que Cristóbal Colón llegase a América. Ya en el siglo XXI, en 2011, se realizó una escultura de bronce de tres metros de altura y un pedestal de piedra de cuatro metros y medio que muestra al Almirante Cristóbal Colón señalando con la mano derecha el mar, simbolizando a la Huelva descubridora.

Ya más avanzado el siglo XX encontramos el muelle de las Canoas, que se encuentra en el Muelle de Levante junto a la ría del río Odiel. Las canoas son unas embarcaciones tradicionales que realizan el trayecto entre Huelva y el pueblo de Punta Umbría. Hasta 1964 que se construyó la carretera entre ambas localidades, estas canoas eran el único medio de transporte. Actualmente siguen en funcionamiento aunque exclusivamente en verano, como atrayente turístico, recorriendo el Paraje Natural de las Marismas del Odiel.

Otros edificios construidos durante el siglo XX son la antigua Clínica Vázquez Limón, la sede de UGT, la Casa del Millón, el antiguo Comercial, la antigua Clínica Sanz de Frutos, el Colegio Oficial de aparejadores y arquitectos técnicos de Huelva, la Casa de las Conchas, el antiguo Hotel París o ya más contemporáneo el Real Club Marítimo de Huelva.

Desde el punto de vista religioso, muchas iglesias se construyeron durante este siglo. La iglesia de la Milagrosa es de estilo neogótico, construida entre 1923 y 1929, y consta de tres naves y vidrieras de tracería gótica decoradas con escenas religiosas. Fue reformada por





última vez en 1997. El Convento de las Hermanas de la Cruz, fundado en 1910, la iglesia de San Sebastián, inaugurada en 1959, la del Sagrado Corazón de Jesús, en 1923, o la Casa Hermandad del Rocío de Huelva, que presenta una portada con inspiración de barroco andaluz, un retablo cerámico de 1921 y un simpecado de 1939.

Ya durante el siglo XXI se inauguraron el Nuevo Mercado del Carmen y el Paseo de la Ría. El antiguo mercado del Carmen fue inaugurado en 1868 pero con el crecimiento de la población en el siglo XX quedó visible sus limitaciones de espacios. El nuevo mercado abrió en 2010 cerca del antiguo mercado, con unas instalaciones más amplias e higiénicas, en un área de 30.000 m², 5.900 de los cuales están dedicados a la venta y repartidos en 189 puestos especializados en diferentes productos.

El Paseo de la Ría ha sido inaugurado en 2016, y abre Huelva al Paraje Natural de Marismas del Odiel, dotando a la ciudad de un amplio paseo diáfano, paralelo a la marisma de un kilómetro de longitud y 80 metros de ancho, con una gran zona verde con un millar de pinos, cuatro anfiteatros y pérgolas, aseos, aparcamiento, diez quioscos y mobiliario urbano (sillas, bancos y fuentes).

Además de estos puntos de interés, la ciudad cuenta con un archivo municipal que se encuentra en la Casa Colón, y alberga la documentación municipal desde 1265 hasta la actualidad, junto con una serie de archivos y colecciones privadas, fruto de donaciones particulares al Ayuntamiento: libros, fotografías y películas que completan los fondos municipales para la investigación histórica.

El archivo municipal permite la consulta de los fondos documentales, bien en forma de originales o bien digitalizados, hasta contar con una biblioteca de unos 3.000 volúmenes. Está compuesta fundamentalmente por bibliografía legislativa y de apoyo a la gestión administrativa, así como bibliografía de Archivística, Biblioteconomía e Historia de Huelva. Posee también catálogos de autores, títulos y materias, y la hemeroteca histórica, con títulos digitalizados de periódicos como La Provincia (1880-1937) y el Diario de Huelva (1908-1941), el boletín

oficial de la provincia (1835-1885) y otros títulos del primer tercio del siglo XX principalmente. Dispone de una sala de consulta e investigación y de una sala de exposiciones.

Por otra parte, la Red de Bibliotecas de Huelva está formada por siete bibliotecas municipales situadas en varios de los distritos de la ciudad. Son centros abiertos a todos los ciudadanos y ofrecen gratuitamente sus servicios. Ponen a disposición de sus usuarios diversas secciones, además de contar con abundantes materiales audiovisuales.

Entre los servicios que ofrecen están la lectura en sala, el préstamo de libros y otros materiales, el acceso a internet (también por WIFI), catálogo online o el asesoramiento bibliográfico.

Todas ellas tienen un horario de 10:00 a 13:30 y de 17:00 a 19:45 de lunes a viernes, y un horario de verano de 9:00 a 14:00.

Las siete bibliotecas son: Biblioteca municipal Antonio Machado, Juan Ramón Jiménez, Poeta Jesús Arcensio, Federico García Lorca, Pío XII, Miguel Hernández y Rogelio Buendía.

En el distrito 2 se encuentra la biblioteca Antonio Machado, en el distrito 3 la biblioteca Pío XII, en el distrito 4 la biblioteca Juan Ramón Jiménez y la poeta Jesús Arcensio, en el distrito 6 la biblioteca Federico García Lorca, en el distrito 7 la biblioteca Rogelio Buendía y en distrito 8 la biblioteca Miguel Hernández.

Por último, el Museo Pedagógico de la Universidad de Huelva se encuentra situado en la Facultad de Ciencias de la Educación en el Campus de El Carmen, y encontramos: los antiguos manuales escolares, desde 1776 a 1975, una sección de recursos didácticos, donde merece la pena destacar la colección de microscopios de entre el siglo XIX y el XX, la colección de recursos audiovisuales, con aparatos del siglo XIX, además de linternas mágicas, visores estereoscópicos, diapositivas, etc., y por último una sección dedicada a recursos educativos, que incluye una muestra de juegos relacionados con diferentes materias escolares, escenarios educativos, colección de fotografías escolares y documentos relacionados con la historia de la educación.





2.4.8. TURISMO

2.4.8.1. ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA CIUDAD

En la ciudad de Huelva, desde Enero de 2016 a Septiembre del mismo año, 12.048 personas fueron a buscar información a los puntos de **información turística**. La mayoría de estas visitas fueron de origen nacional, siendo más del 70% de fuera de Andalucía (Tabla 29).

Tabla 29. Distribución de visitantes turísticos

Origen	Personas	Porcentaje
Internacional	2.549	21,16%
Nacional	8.520	70,72%
Andalucía	979	8,12%
Total	12.048	100%

Internacionalmente, se pueden dividir las visitas en países europeos y no europeos. Entre los europeos, con 2.335 visitantes, los habitantes de Francia y el Reino Unido son quienes más visitaron la ciudad, seguidos de Alemania, Portugal e Italia. De entre los países no europeos, 214 personas visitaron los puntos de información de la ciudad. Los habitantes de países de EE.UU., Argentina, Canadá y Brasil fueron los que más visitaron la ciudad de Huelva, según los registros de las oficinas (Tabla 30).

En términos nacionales, los habitantes de las comunidades autónomas de Madrid

Tabla 30. Distribución de los turistas internacionales según su país de origen

Países Europeos	Personas	Países No Europeos	Personas
Alemania	328	Argentina	41
Armenia	1	Australia	11
Austria	10	Brasil	20
Azerbaiyán	1	Canadá	20
Bélgica	71	Chile	7
Bulgaria	4	China	6
Croacia	1	Colombia	7
Dinamarca	13	Costa Rica	3
Estonia	1	Cuba	2
Finlandia	6	Ecuador	3
Francia	635	EE.UU.	35
Grecia	10	Filipinas	2
Holanda	134	Indonesia	5
Hungría	5	Japón	10
Irlanda	14	Marruecos	5
Islandia	1	Méjico	10
Italia	163	Nueva Zelanda	1
Letonia	3	Panamá	2
Lituania	2	Perú	2
Luxemburgo	1	Puerto Rico	5

Macedonia	1	Singapur	2
Noruega	3	Taiwán	2
Polonia	87	Uruguay	3
Portugal	235	Venezuela	10
Reino Unido	541	Total	214
Rep. Checa	5		
Rumania	3		
Rusia	8		
Suecia	14		
Suiza	27		
Turquía	6		
Ucrania	1		
Total	2.335		

y Cataluña han sido las que más han visitado la ciudad, con un 20% y un 15% respectivamente (Tabla 31).

En el ámbito de la comunidad autónoma de Andalucía, los habitantes de Sevilla fueron los que más visitaron la ciudad, y los de Jaén los que menos.

Tabla 31. Distribución de los turistas internacionales según la Comunidad Autónoma

Comunidad autónoma	Personas	Porcentaje
Aragón	436	5,78%
Asturias	212	2,82%
Baleares	18	0,24%
Canarias	237	3,14%
Cantabria	181	2,40%
Castilla La Mancha	409	5,42%
Castilla y León	764	10,13%
Cataluña	1.193	15,82%
Comunidad Valenciana	721	9,56%
Euskadi	613	8,14%
Extremadura	159	2,08%
Galicia	613	8,14%
Madrid	1.507	19,98%
Murcia	181	2,40%
Navarra	297	3,95%
Total	7.541	100%

Además de estos visitantes, los puntos de información turística recibieron en este periodo de tiempo a 4.740 personas de la provincia de Huelva, incluyendo la capital, preguntando por diferentes cuestiones como información turística en general, sobre los autobuses de la ciudad, los barcos y canoas, las fiestas de la Cinta, la Semana Santa o la procesión Magna que tuvo lugar este año.

Tabla 32. Distribución de los turistas internacionales según su la provincia andaluza

Provincia andaluza	Personas	Porcentaje
Almería	67	6,84%
Cádiz	147	15,02%
Córdoba	150	15,32%
Granada	135	13,79%
Jaén	95	9,71%
Málaga	174	17,77%
Sevilla	211	21,55%
Total	979	100%

2.4.8.2. RUTAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE HUELVA

La ciudad de Huelva cuenta con una guía turística y una audioguía, en cinco idiomas, a disposición de turistas nacionales e internacionales, además de los propios ciudadanos. Esta guía está disponible para descargar, vía bluetooth, en cinco puntos de la ciudad: en la plaza de las Monjas, Casa Colón, Gran Teatro, centro social de la Orden y en el centro de visitantes Puerta del Atlántico. En la guía aparece la localización de los sitios de interés, fiestas, monumentos, espectáculos, museos, planos, o rutas, entre otros muchos. Desde la propia guía se podrán hacer reservas en hoteles o restaurantes, o entrar en las páginas web de estos. La audioguía descarga la información, en forma de audio, de los puntos turísticos de interés de la ciudad, que aparecerán en un mapa con diferentes recorridos por la ciudad.

La agenda Info Ocio de Huelva es una revista mensual que muestra los eventos y programas festivos que vayan a ocurrir en Huelva.

Distribuidos por la ciudad aparecen códigos QR en los monumentos y lugares de interés para descargar información sobre ellos. Estos lugares se encuentran distribuidos por diferentes rutas turísticas.



RUTA DEL LEGADO INGLÉS (Ilustración 3)

- 1) Muelle de la Cía. de Tharsis.
- 2) Muelle de la Cía. de Riotinto.
- 3) Estadio Nuevo Colombino.
- 4) Centro de Visitantes 'Huelva, Puerta del Atlántico'.
- 5) Estación de Sevilla.
- 6) Casa Colón y Palacio de Congresos.
- 7) Barrio Reina Victoria.
- 8) Tumba de 'El hombre que nunca existió'.

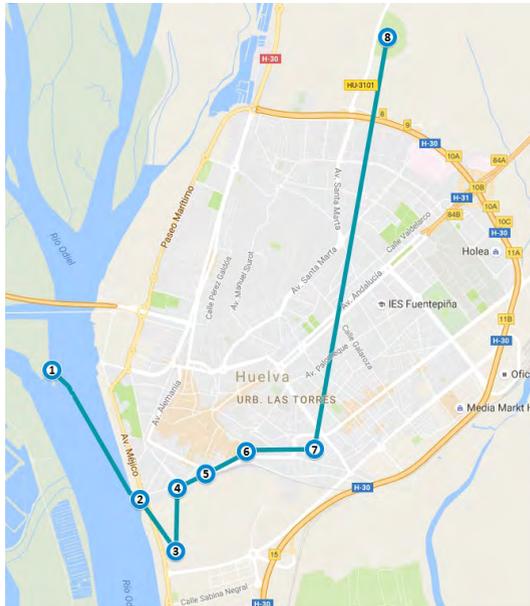


Ilustración 3. Ruta del legado inglés

RUTA HUELVA RELIGIOSA (Ilustración 4)

- 1) Iglesia de San José Obrero.
- 2) Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús.
- 3) Casa Hermandad del Rocío de Huelva.
- 4) Iglesia de San Sebastián.
- 5) Monumento a la Virgen del Rocío.
- 6) Convento de las Hermanas de la Cruz.
- 7) Iglesia de la Milagrosa.
- 8) Convento de Santa María de Gracia de las Reverendas Madres Agustinas.
- 9) Iglesia de la Concepción.
- 10) Ermita de la Soledad.
- 11) Iglesia de San Pedro.
- 12) Catedral de la Merced.
- 13) Humilladero de la Cinta.
- 14) Santuario de Ntra. Sra. de la Cinta.

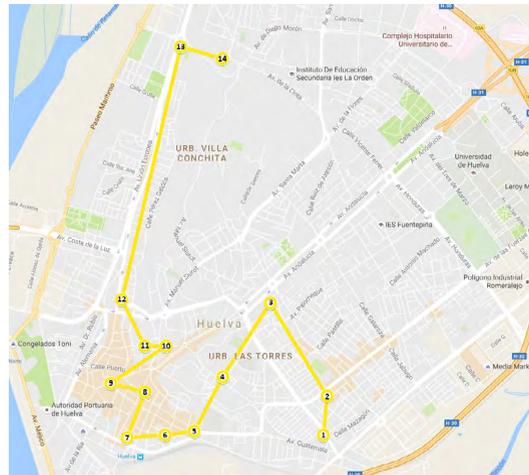


Ilustración 4. Ruta Huelva religiosa

RUTA CASCO HISTÓRICO (Ilustración 5)

- 1) Colegio de Aparejadores.
- 2) Sede UGT.
- 3) Palacio de Mora Claros.
- 4) Casa del Millón.
- 5) Antiguo Comercial.
- 6) Antigua Clínica Sanz de Frutos.
- 7) Casa Burguesa Vázquez López esquina con Coto Mora
- 8) Gran Teatro.
- 9) Casa de las Conchas.
- 10) Antiguo Hotel París.
- 11) Palacio de los Duques de Medina Sidonia.
- 12) Berdigón 14.
- 13) Ayuntamiento.
- 14) Antigua Clínica Vázquez Limón.
- 15) IES Rábida.

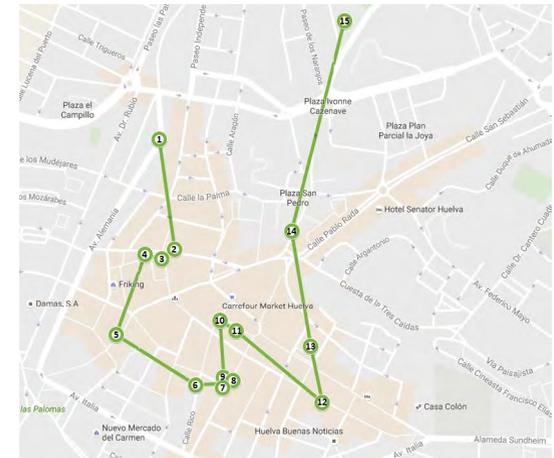


Ilustración 5. Ruta Casco histórico

RUTA DE MUSEOS (Ilustración 6)

- 1) Centro de Recepción 'La Calatilla'.
- 2) Centro de Interpretación de las Cocheras del Puerto.
- 3) Centro de Visitantes 'Huelva, Puerta del Atlántico'.
- 4) Museo de Huelva.
- 5) Museo y Parque Arqueológico Cabezo de la Almagra.
- 6) Museo Pedagógico de la Universidad de Huelva.

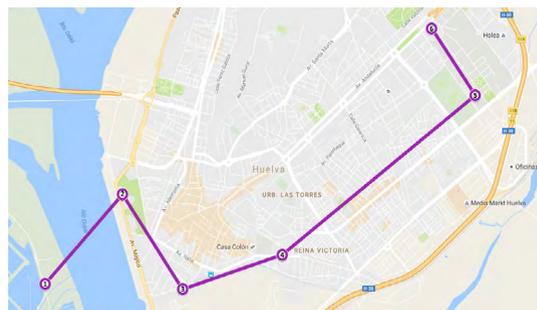


Ilustración 6. Ruta de museos

RUTA ARQUEOLÓGICA (Ilustración 7)

- 1) Parque Moret.
- 2) Acueducto subterráneo.
- 3) Cabezo de la Joya.
- 4) Necrópolis del antiguo Colegio Francés.
- 5) Muro del Cabezo de San Pedro.
- 6) Plaza de las Monjas.
- 7) Museo de Huelva.
- 8) Domus Romana Museo y Parque Arqueológico Cabezo de la Almagra.

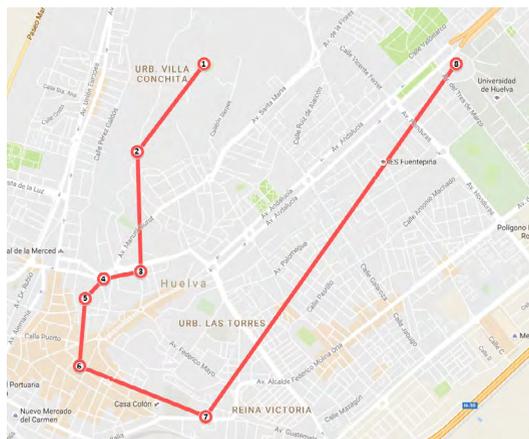


Ilustración 7. Ruta Arqueológica

RUTA LA PUERTA DEL NUEVO MUNDO (Ilustración 8)

- 1) Santuario de Ntra. Sra. de la Cinta.
- 2) Humilladero de la Cinta.
- 3) Monumento a Alonso Sánchez.
- 4) Monumento a Cristóbal Colón.
- 5) Monumento a la Fe Descubridora.



Ilustración 8. Ruta la Puerta del Nuevo Mundo

RUTA ENTRE DOS RÍAS (Ilustración 9)

- 1) Parque Moret.
- 2) Cabezos del Conquero.
- 3) Muelle de las Canoas.
- 4) Paraje Natural Marismas del Odiel.

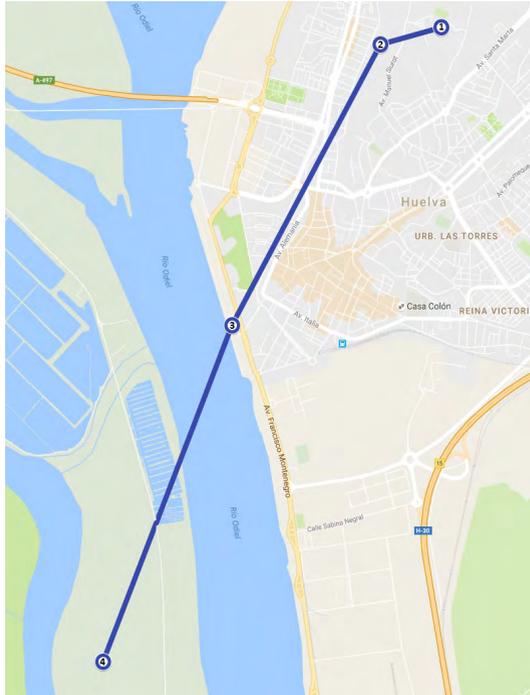


Ilustración 9. Ruta Entre dos Rías

RUTA HUELVA Y EL MAR (Ilustración 10)

- 1) Salinas de Huelva.
- 2) Centro de Recepción 'La Calatilla'.
- 3) El Puerto.
- 4) Centro de Interpretación de las Cocheras del Puerto.
- 5) Muelle de las canoas.
- 6) Nuevo Mercado del Carmen.
- 7) Muelle de la Compañía Riotinto.
- 8) Paseo de la Ría.
- 9) Real Club Marítimo de Huelva.

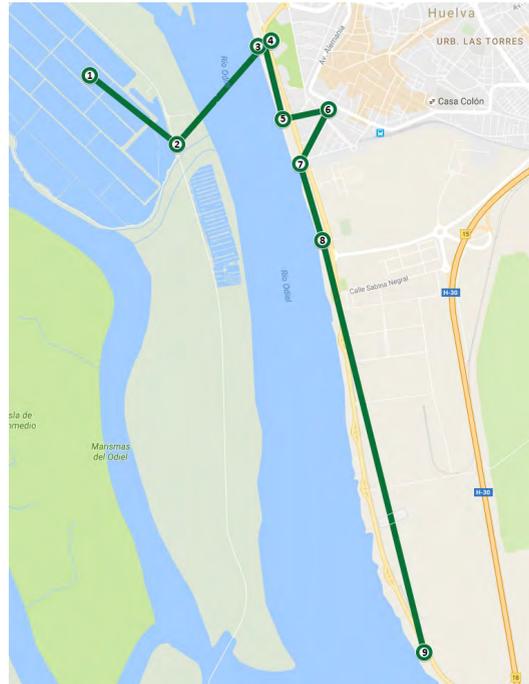


Ilustración 10. Ruta Huelva y el Mar

2.4.8.3. TURISMO DE NATURALEZA

El paraje natural de Marismas del Odiel no sólo es una zona de gran riqueza vegetal y animal que abarca diferentes ecosistemas, sino que también es un destino turístico con mucho que ofrecer. Dentro de sus atractivos cabe destacar la observación de aves. Con tal fin existen diferentes observatorios repartidos por el paraje, de los cuales pertenecen al término municipal de Huelva los observatorios de El Colmenar y el de la Calatilla, además del mirador de Bacuta.

Seis senderos se encuentran dentro del término municipal: Cabeza Alta, Calatilla de Bacuta, El Acebuchal, El Almendral, La Cascajera y Salinas de Bacuta, y dos rutas cicloturistas, la Ribera de Punta Umbría y Salinas del Astur.

El sendero de Cabeza Alta se encuentra en la carretera del dique Juan Carlos I, comenzando en una zona de parking y continuando por una pasarela elevada que protege el medio natural. Durante el recorrido, de 0,8 km, será habitual la observación de varias especies vegetales y animales, sobre todo aves, como gaviotas, cigüeñuelas, correlimos, ostreros, archibebes y charrancitos.

En el sendero Calatilla-Bacuta se pueden observar salinas a un lado y a otro del camino, con la diferencia que a la izquierda se encuentran las salinas tradicionales de Bacuta y el caño de Calatilla, y a la derecha las salinas industriales de Aragonesas. Al final

del sendero, de 0,8 km, se llega a la Isla de Enmedio, donde se da la mayor colonia de espátula de Europa.

El sendero del Acebuchal transcurre por una estrecha franja de arenas consolidadas, paralelo al caño del mismo nombre. A un lado del sendero de 400 m predominan las especies arbóreas tolerantes a la alta salinidad del terreno, como el pino piñonero, la sabina marítima y el acebuche. Al otro lado se extiende la marisma del Estero, donde la vegetación halófila es la preponderante, y destacan el almajo, la espartina y la salicornia. Se puede observar también el aprovechamiento ganadero de ovejas y caballos.

En el sendero del Almendral, con una distancia de 1,5 km, se diferencian dos ambientes distintos. Al principio se adentra a lo largo del gancho arenoso en un paisaje humanizado donde predomina la ganadería de caballos y ovejas, con una vegetación herbácea y algunos árboles aislados. A continuación, una ligera elevación del terreno lleva a los restos arqueológicos de la alcazaba que defendía la ciudad musulmana de Shaltish (Saltés) entre los siglos VIII y XIII, desde donde se puede observar la marisma del Odiel y la ría de Punta Umbría.

El sendero de la Cascajera recibe este nombre por la acumulación de los llamados cascajos, restos de conchas y exoesqueletos de moluscos y crustáceos. La degradación de estos restos ha supuesto un aporte extra de caliza al suelo, lo que permite el crecimiento de ciertas especies vegetales, como

lentiscos, madroños, labiérnagos, coscojas, acebuches, rudas y jaguarzo blanco. El sendero comienza junto a la carretera del dique Juan Carlos I y sigue una pista de 3,8 km entre sabinas y pinos hasta llegar frente a la ría de Punta Umbría.

El sendero de Salinas de Bacuta recorre 1,1 km entre los muros de separación de las balsas de cristalización de las salinas, apreciando como era el proceso de producción de la sal. Estas salinas, ya abandonadas, se han transformado en ecosistemas propios que han acogido a gran diversidad de aves, como flamencos, avefrías, cigüeñuelas, correlimos y garcillas, así como puntualmente, garzas reales y espátulas. El sendero finaliza en el Centro de la Sal, centro de información de esta industria.

El carril Ribera de Punta Umbría, con 2,6 km, parte en El Eucaliptal, continúa paralelo al Canal de las Madres por un terreno de marisma que es salvado por un entarimado elevado de madera. La vegetación circundante es principalmente de verdolagas, saladillos, almajos y limoneos.

El carril Salinas del Astur comienza en la urbanización de Pinos del Mar, atravesando una zona de pinar denso, donde se observan también otras especies vegetales como sabinas, labiérnagos, lentiscos, mirtos y romeros. Tras esta zona, el carril asciende para volver a descender por una duna y se vuelve a meter en el pinar. En el final de este carril de 4,7 km se pueden contemplar los esteros y caños

que conforman la ría de la Bota y la Isla de la Liebre hasta el acceso a las instalaciones de las antiguas salinas del Astur.

Otra de las actividades que se pueden realizar es un paseo en barco por las aguas tranquilas de la Ría del Odiel o rutas en minibus o tren, durante las cuales se podrán conocer los distintos ecosistemas del paraje. A lo largo de la ruta se harán paradas para facilitar la observación ornitológica en los observatorios antes comentados.

En la zona de la Calatilla se encuentra el centro de visitantes Anastasio Senra, que permite al visitante ver la importancia de este humedal para la biodiversidad y distinguir entre los diferentes ecosistemas por los que el paraje está formado. Se da relevancia a la importancia de las mareas en la formación y dinámica de las marismas y a la fauna, especialmente marina y ornitológica. Un sistema multimedia y una exposición informan de todo ello así como la realización de una retrospectiva sobre las marismas y su patrimonio histórico-artístico centrado en Tartesos, Saltés y el descubrimiento de América.

Cercano al centro de visitantes se encuentra el área recreativa La Calatilla, una zona de la que parten senderos señalizados para adentrarse en las marismas y llegar a los miradores y que cuenta con una zona de picnic, papeleras y área de juegos infantiles, además de un pequeño recorrido interpretativo con elementos de reconocimiento de las principales especies de aves y flora que pueden observarse por todo el paraje.







2.4.8.4. CAPITAL ESPAÑOLA DE LA GASTRONOMÍA

En el año 2017 Huelva ostentará el reconocimiento de **capital española de la gastronomía**, título que concede la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo (FEPET), con un jurado formado por profesionales del turismo, la hostelería y la comunicación, como Turespaña, FITUR, Confederación Española de Agencias de Viajes, Instituto de Calidad Turística Española, FEHR, Saborea España, Euro-Toques Comunidad Europea de Cocineros, Círculo de Restaurantes Centenarios, Jóvenes Restauradores y Asociación Restaurantes de la Buena Mesa, periodistas turísticos de FEPET, y representantes del Ministerio de Agricultura. El Ayuntamiento apostó por este título, elaborando un dossier con una propuesta de programación de eventos, un vídeo promocional, la relación de productos turísticos vinculados a la gastronomía como rutas, visitas, mercados, museos, catas, fiestas populares, etc., y de los productos agroalimentarios con Denominaciones de Origen (DOP) o Identificaciones Geográficas protegidas (IGP).

La ciudad de Huelva ha sido la primera abierta al mar en ser elegida, y pretende mostrar a todos los que vengan la gran calidad de sus productos, como el cerdo ibérico, los productos del mar, como la gamba blanca y el choco, las fresas y frutos rojos, y los vinos y vinagres de la denominación de origen Condado de Huelva.





2.4.9. BIENESTAR SOCIAL

El área de servicios sociales del Ayuntamiento de Huelva tiene diferentes programas para intentar cubrir todas las necesidades sociales de la ciudad.

- **Plan Eje:** En el parque Moret se realizan actividades de distinta naturaleza durante todo el año, desde medioambientales, de ocio y de aventura, además de encuentros alternativos o visitas con fines didácticos. Todas estas actividades son englobadas en el llamado Plan Eje, cuya base es el empleo, la juventud y la educación, y que consiste en un plan multidisciplinar para el mayor uso posible del parque, siempre con la temática ambiental como elemento de unión. En el Plan Eje participa el Ayuntamiento, la Junta de Andalucía, la Universidad de Huelva, el sector empresarial, el asociacionismo e incluso la prisión, además del resto de la ciudadanía onubense.

El Plan Eje es una estrategia pensada para ser realizada a medio y largo plazo, con los objetivos de dar a conocer el parque a la población de la ciudad y fomentar su uso a través de las acciones previstas, valorizar esta zona verde con usos diferentes, alternativos y sostenibles con este entorno natural, fomentar hábitos saludables mediante la educación medioambiental, el consumo sostenible, las actividades socioculturales y la práctica deportiva, facilitar la inserción laboral de los demandantes onubenses mediante el empleo,

la formación, el voluntariado ambiental, el asociacionismo, las prácticas laborales y el cooperativismo, y contribuir en el desarrollo integral del distrito 4 con la puesta en marcha de proyectos que mejoren de manera específica el bienestar sociocultural y económico de la zona de la Orden y Santa Marta.

En el Plan Eje del Parque Moret se han establecido diferentes objetivos principales para su uso que se centran en el empleo, el sector empresarial, la calidad de vida y la educación ambiental. Para fomentar el empleo se trata de favorecer que los jóvenes se formen con el fin de la ocupación laboral. También se ponen en marcha Escuelas Taller, Casas de Oficio y Talleres de Empleo para que el parque sea, además de una zona verde, un Centro de Formación Profesional Ocupacional, y un Campo de Prácticas para la Universidad de Huelva para el estudio forestal, agrícola, geológico o arqueológico.

Empresarialmente, el parque puede servir para transformarse en un vivero de empresas del sector del turismo medioambiental, deportivo, de la animación sociocultural o la gestión de espacios públicos.

En cuanto a la calidad de vida, el uso de esta zona verde puede ser de gran ayuda para diferentes colectivos, como el de los discapacitados, los mayores, la infancia o los presos, los cuales pueden realizar allí sus trabajos comunitarios.

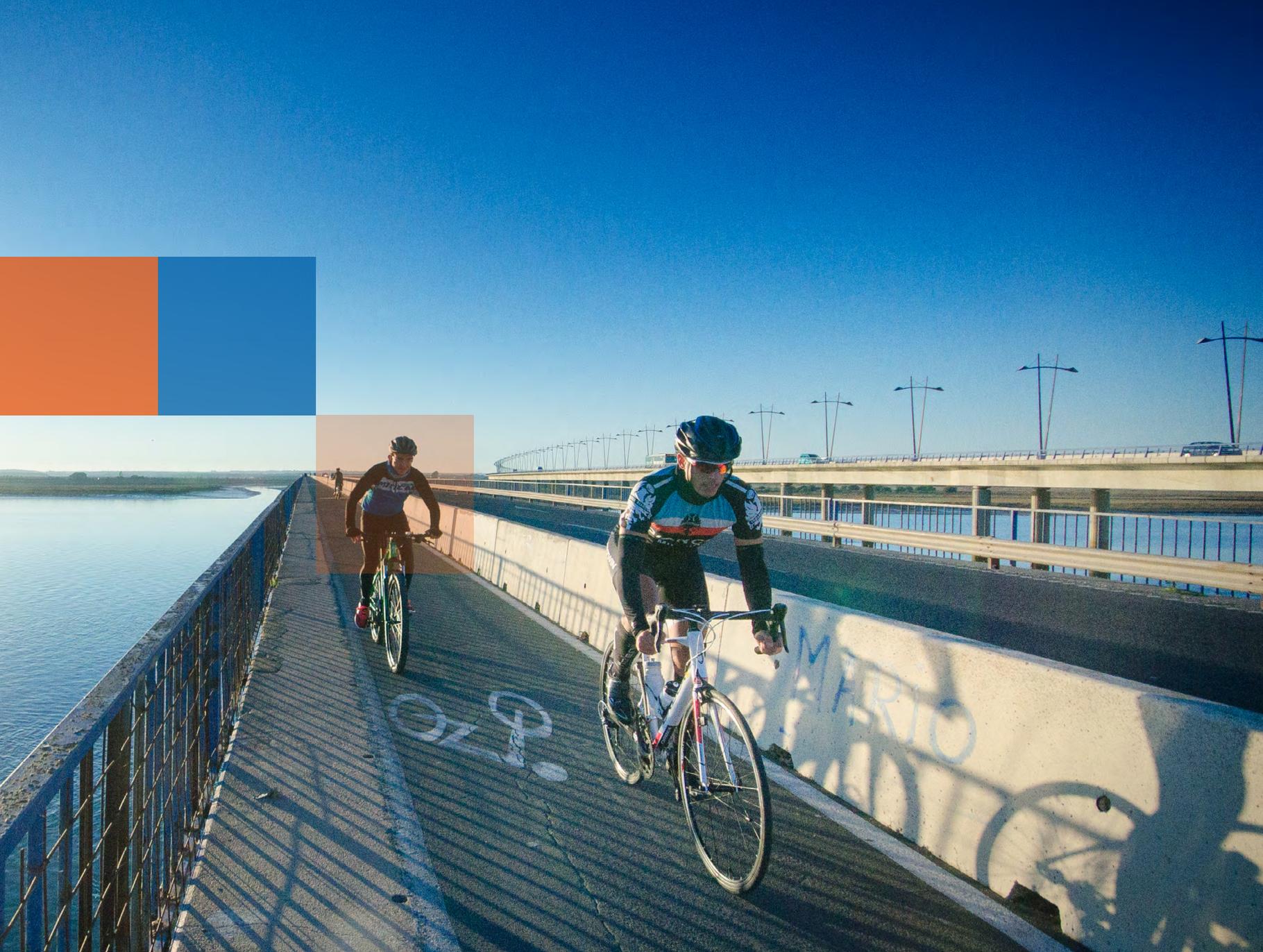
Por último, para fomentar la educación medioambiental se planea poner en mar-

cha huertos de ocio o ecológicos, área de acampada, visitas y el uso terapéutico de una granja escuela para personas con discapacidad.

Para llevar a cabo estos objetivos se han planificado una serie de acciones:

1. Acciones formativas y de empleo: Prácticas de empleo profesionales, diseño de itinerarios formativos así como homologación de especialidades afines, presentación de escuelas taller, casas de oficios y talleres de empleo, bolsa de empleo relacionado con actividades en el medio natural, fomento del autoempleo y la creación de empresas de economía social, acuerdos con empresas del sector para la inserción laboral, prácticas para alumnado de ciclos formativos, pgs, fpo y ciclos universitarios.
2. Acciones socioculturales y medioambientales: Reforestación, programación cultural veraniega, viverismo, talleres medioambientales, animación infantil, campañas sensibilización, granja-escuela, huertos ecológicos y de ocio.
3. Acciones educativas y difusoras: Jornadas participativas y presentación el plan eje, señalización de itinerarios didácticos, jornadas de educación medioambiental, interpretación patrimonio arqueológico, rutas guiadas por el parque, creación de una página web y campañas de sensibilización.





4. Acciones deportivas y saludables: Acampadas, actividades de aventura y deporte en la naturaleza, piragüismo, cicloturismo, senderismo, orientación, tiro con arco, gimnasia de mantenimiento, actividades terapéuticas, floricultura y equitación.
- Centros Sociales: La ciudad de Huelva cuenta con seis centros sociales repartidos por la ciudad. El centro social la Gota de Leche atiende en las barriadas de Adoratrices, San Antonio, Matadero, Molino de la Vega y Casco Antiguo, el centro social Cristina Pinedo a las barriadas de Polígono San Sebastián, Barrio Obrero, Guadalupe, Vicente Yáñez Pinzón, Pio XII, Isla Chica, El Rocío y Viaplana, el centro social de la Orden a La Orden, Santa Marta, Parque Moret y La Ribera, el centro social Marismas del Odiel a las barriadas de La Navidad, Santa Lucía, La Gavilla, Marismas del Odiel, Cardeñas, Las Colonias, Los Dolores y El Carmen, el centro social del Lazareto a Los Rosales, Fuentepiña, Higueral y Pérez Cubillas, y el centro social del Torrejón, que atiende a dicha barriada.
- Centro de acogida para transeúntes ‘San Sebastián’: En este centro de acogida pueden pernoctar hombres y mujeres. El personal del centro es de dependencia mixta ya que la directora y el administrativo son personal dependiente del Ayuntamiento, mientras que el resto, 9 personas, son contratadas por una empresa de servicios y realizan las labores de

cuidadores, limpieza, cocina y seguridad. El Centro tienen 4 habitaciones, dos de ellas con 2 ó 3 camas y otras 2 con más de 4 camas, 10 aseos, cocina, sala de estar, sala de educadores y recepción, y cuenta una capacidad de 17 plazas, 11 plazas de hombres, 4 de mujeres y 2 cunas.

Dos programas están en marcha en el centro, el programa de corta estancia para transeúntes y el programa de atención a crónicos para marginados sin hogar.

- Consejos Locales: Son órganos municipales desde donde se desea hacer posible la participación de los onubenses en la vida pública, facilitando la información, el acceso y el ejercicio mismo de sus derechos.

Al Consejo Local de la Mujer se le consulta en referencia a las cuestiones, funciones y competencias relacionadas con el bienestar social y la calidad de vida para el colectivo femenino en Huelva, impulsando la integración del mismo. Su finalidad es eliminar los obstáculos que impiden la igualdad entre géneros y facilitar la participación de la mujer en la vida política, económica, cultural y social. Este consejo está formado por 25 representantes, entre asociaciones públicas y privadas, que apoyan y participan en las actividades propuestas por el consejo.

El Consejo Local de Mayores está orientado a la mayor intervención de este colectivo en el ámbito municipal. En el consejo se trata de favorecer al resto de la socie-

dad a través de la experiencia de este colectivo, además de promoverse medidas que beneficien la calidad de vida de los mayores.

El Consejo Local de Inmigrantes trabaja para corregir las actitudes intolerantes y racistas que desde hace algunos años han surgido en la sociedad.

Por último, el Consejo Local de Discapacitados intenta construir una ciudad más accesible, eliminándose muchas barreras físicas y funcionales de la ciudad, posibilitando a este colectivo a ejercer como ciudadanos de pleno derecho.

- Igualdad: El consejo local y el plan municipal de la mujer son referentes para la Concejalía de Igualdad en el diseño y desarrollo de las acciones básicas. Entre estas acciones encontramos las de información y sensibilización para que la sociedad tome conciencia sobre el problema de la desigualdad de género y el derecho a la igualdad, acciones de formación, como cursos, talleres y jornadas que tratan sobre diversas temáticas adaptadas a las demandas y necesidades de los colectivos a los que va dirigido, servicio de orientación y asesoramiento legal a las mujeres gracias al convenio de colaboración con la asociación de mujeres juristas ‘Lourdes Almansa’, convenios con entidades públicas y privadas para el desarrollo de actividades de sensibilización, formación, investigación, etc., convocatorias de



subvenciones a asociaciones y entidades para la realización de actividades como las anteriormente comentadas.

Otra de estas acciones es el Premio Marismas, creado en el año 2003, pretende reconocer la labor de personas, colectivos o entidades que hayan trabajado en la defensa de la igualdad entre géneros.

Por último, se cuenta con un servicio público de teleasistencia móvil para las mujeres víctimas de la violencia de género, con carácter de actuación ante emergencias, prevención y apoyo psicológico. Específicamente se trata de sensibilizar sobre la concordia a la población, de generar una actitud proactiva en los agentes sociales implicados para permitir así el inicio de los proyectos de conciliación tanto en la vida laboral como en la familiar, y por último de crear un espacio de encuentro entre entidades locales, agentes sociales y empresas andaluzas.

El plan municipal de la mujer se desarrolla para tomar medidas que garanticen la igualdad de oportunidades para las mujeres de Huelva y que favorezcan las condiciones sociológicas, sociales y psicosociales del colectivo femenino, al que está enfocado. El objetivo de este plan es apoyar la lucha por la igualdad, prevenir y superar las diferentes situaciones de desigualdad, como la de origen, la simbólica o la de resultados. Las medidas a realizar se tomarán en diversas áreas,

como cultura, juventud, salud y consumo o servicios sociales.

A disposición de todos los colectivos de mujeres se ponen a disposición talleres, cursos, jornadas y charlas, que se impartirán en las sedes de las asociaciones.

- Revista social municipal: Desde el mes de mayo de 2016, la Concejalía de Políticas Sociales e Igualdad publica una revista con carácter mensual disponible para toda la ciudadanía. En ella se tratan acciones solidarias, campañas, actividades de ocio, formación, información y voluntariado que se puede realizar durante ese mes en Huelva, además de entrevistas a asociaciones o colectivos de la ciudad, todo ello detallado y con el contacto necesario para que el ciudadano tenga toda la información disponible.
- Programas municipales sociales: Existen 5 programas municipales referentes a la sociedad onubense.

El plan municipal de drogodependencia, puesto en marcha hace 20 años, pretende coordinar las administraciones locales, autonómicas y estatales, además de otras entidades, para prevenir la demanda de consumo, fomentar la colaboración en la atención de estas personas y su reinserción, y apoyar los programas que se realicen sobre el tema. Desde el punto de vista infantil, se ha planeado un programa formativo dirigido a padres y madres para la prevención en el seno familiar, a través de la educación de los pa-

dres y las madres sobre el papel que pueden desempeñar en la prevención del consumo, y un programa para la prevención de drogodependencias en las etapas de infantil y de primaria mediante la realización de material para los profesores que lo usarán en clase.

El plan de infancia pretende organizar diferentes acciones dirigidas a la población menor de edad de la ciudad. Las medidas a tomar pueden ser preventivas, como campañas informativas sobre los derechos de la infancia y los recursos institucionales de los que se dispone, la detección de las necesidades infantiles, la promoción de redes sociales de apoyo, o la integración de niños y adolescentes en riesgo de exclusión mediante actividades de ocio. También se podrán tomar medidas de atención, como protocolos para coordinar a los servicios sociales y el servicio de atención al niño, servicios de apoyo alternativos a la familia, diseño de proyectos para detectar situaciones de desprotección, etc. Por último, hay medidas de reinserción, coordinándose con las diferentes entidades, para garantizar la vuelta del niño al hogar cuando haya sido separado por motivos de desamparo, proyectos para menores en conflicto social, integración de niños con minusvalías en actividades normalizadas, etc.

El plan de desarrollo gitano tiene como objetivos el conocimiento de la realidad sociodemográfica, necesidades sociales, cultura, organización, estilo de vida, etc., de la población gitana, fomentar la coordinación

de entidades que intervienen con esta comunidad y desarrollar estrategias de prevención y atención. Estos objetivos se pretenden lograr mediante la realización de proyectos de intervención, como la investigación de la realidad de la población gitana realizada con la colaboración del Observatorio Local de Empleo de la Universidad de Huelva, la reducción del absentismo escolar y el proyecto de intervención con la mujer gitana.

El programa de intervención con familias desfavorecidas y en situación de riesgo social es un programa que diseña estrategias de prevención secundaria, es decir, de intervención en familias en riesgo o en las que ya se haya producido maltrato.

El programa de zonas con necesidades de transformación social se desarrolla en la barriada de Marismas del Odiel y trata de informar, colaborar en el realojo e integrar los grupos vecinales a las familias adjudicatarias de viviendas de la zona, colaborar con los centros de educación de adultos y con las asociaciones para la realización de acciones para la comunidad, y el diseño de estrategias e itinerarios de inserción sociolaboral.

- Proyecto Redes: Este proyecto está aprobado por el Proyecto BASIS de la Unión Europea, cuya finalidad es acercar las nuevas tecnologías de la comunicación e información a la población más desfavorecida de Huelva. Para llevarlo a cabo se han creado cuatro aulas informáticas en cuatro de los seis centros sociales de la

ciudad, donde se forma, asesora e informa de los usos de las nuevas tecnologías de comunicación, información y empleo.

- Ayudas y prestaciones básicas: El Ayuntamiento de Huelva dispone de varias ayudas dirigidas a diferentes colectivos. Las ayudas económicas familiares y las de emergencia social son prestaciones preventivas con carácter temporal para familias que no puedan cubrir las necesidades básicas de menores a su cargo, impidiendo su exclusión social. En el caso de las de emergencia social están destinadas a mitigar eventualidades extraordinarias. Estas ayudas están acompañadas de una intervención social o psicosocial.

El programa de convivencia y reinserción social lleva a cabo una batería de acciones dirigidas a posibilitar la convivencia y recuperar la relación afectiva de las personas en su medio mediante la detección de situaciones problemáticas, el diseño de programas y actividades preventivas, el apoyo y tratamiento psicosocial, la rehabilitación de personas con dificultades para integrarse en la comunidad, y la organización de actividades ocupacionales para disminuir la marginación social.

El programa de cooperación social fomenta y apoya las manifestaciones de soli-

daridad, impulsa y promueve el asociacionismo, potencia las ya existentes y favorece la participación comunitaria, apoyando, promocionando, fomentando y asesorando a los consejos de servicios sociales, el voluntariado social, los grupos de autoayuda y convivencia y las instituciones de interés social, así como sensibilizando a la población con los problemas comunitarios y las necesidades sociales y coordinando las organizaciones institucionales con las no gubernamentales.

El programa de información, orientación y valoración es el primer nivel de atención de los servicios sociales comunitarios, y se encarga de dar información, orientación y asesoramiento a los ciudadanos y entidades sobre los derechos y recursos de los servicios sociales, estudiar, valorar y decidir las demandas que se reciban, así como la canalización de estas a las unidades de servicios sociales que correspondan.

El programa de ayuda a domicilio está pensado para atender las necesidades de los ciudadanos para posibilitar la permanencia en su medio habitual. Este programa proporciona acciones preventivas, formativas, asistenciales y rehabilitadoras a personas que tienen dificultades para realizar las actividades domésticas habituales, mediante la ayuda doméstica, que consiste en la limpieza del hogar, higiene personal, alimentación o lavado de ropa, además de ayuda social y personal que faciliten las relaciones interpersonales y familiares.

2.4.10. EDUCACIÓN

De acuerdo con la información disponible, más de la mitad de la población de la ciudad tiene estudios secundarios (Tabla 33). Respecto a la educación, hay diferencias entre hombres y mujeres en todos los diferentes niveles formativos. A medida que el nivel de estudios aumenta, la diferencia entre hombres y mujeres es menor. El número de mujeres sin estudios es más del doble que el de hombres, con estudios primarios incompletos las mujeres superan a los hombres en casi en cuatro puntos, con estudios primarios completos la diferencia no llega a los dos puntos, y con estudios secundarios, aunque la diferencia porcentual aumenta, la diferencia de personas es menor. Por último, las diferencias entre hombres y mujeres con estudios postsecundarios es la menor de entre todos los niveles formativos.

En cuanto a los tipos de centros educativos, la ciudad cuenta con 44 centros de educación infantil, 9 de educación permanente para adultos, 23 de educación infantil y primaria, 14 institutos de educación secundaria, 17 centros docentes privados, de los cuales cuatro ofertan también bachillerato, 4 centros de formación profesional privados, 2 centros de educación especial privados, una escuela oficial de idiomas, una escuela de arte y el conservatorio (Tabla 34).

La oferta de grados medios y grados superiores de formación profesional ofrecidos en la ciudad es muy amplia, englobando diferentes áreas de estudio, y varios de ellos se ofrecen en más de un centro (Tabla 35).

Tabla 33. Distribución de los estudios realizados por los habitantes de Huelva

Nivel Formativo	Hombres		Mujeres		Total	
	Población	Porcentaje	Población	Porcentaje	Población	Porcentaje
Sin estudios	850	1,53%	2.135	3,49%	2.985	2,55%
Estudios primarios incompletos	4.332	7,78%	7.034	11,49%	11.366	9,72%
Estudios primarios completos	10.281	18,46%	12.470	20,38%	22.751	19,46%
Estudios secundarios	31.896	57,27%	30.709	50,18%	62.605	53,56%
Estudios postsecundarios	8.337	14,96%	8.846	14,46%	17.183	14,71%
Total	55.696	100%	61.194	100%	116.890	100%

Tabla 34. Distribución de los tipos de centro de educación de Huelva

Tipo de Centro	Número
Educación infantil	44
Educación permanente para adultos	9
Educación infantil y primaria	23
Instituto de educación secundaria	14
Centro docente privado	17
Centro de formación profesional privado	4
Centro de educación especial privado	2
Escuela Oficial de Idiomas	1
Escuela de Arte	1
Conservatorio	1

Tabla 35. Distribución de la oferta de grados de formación profesional de Huelva

Oferta Grado Medio 2016/17	Nº de centros	Oferta Grado Superior 2016/17	Nº de centros ²
Conducción de actividades físico-deportivas en el medio natural	1	Animación de actividades físicas y deportivas	1
Gestión administrativa	4	Administración y finanzas	2
Jardinería y floristería	1	Gestión de ventas y espacios comerciales	1
Preimpresión digital	1	Proyectos de obra civil	1
Actividades comerciales	3	Sistemas de telecomunicaciones e informáticos	1
Instalaciones de telecomunicaciones	3	Sistemas electrotécnicos y automatizados	1
Instalaciones eléctricas y automáticas	2	Construcciones metálicas	1
Mecanizado	1	Agencias de viaje y gestión de eventos	1
Soldadura y calderería	2	Dirección de cocina	1
Cocina y gastronomía	1	Guía, información y asistencias turísticas	1
Estética y belleza	1	Estética integral y bienestar	1
Peluquería y cosmética capilar	1	Iluminación, captación y tratamiento de imagen	1
Vídeo, Disc-jockey y sonido	1	Realización de proyectos de audiovisuales y espectáculos	1
Sistemas microinformáticos y redes	2	Administración de sistemas informáticos en red	1
Instalaciones frigoríficas y de climatización	1	Desarrollo de aplicaciones web	2
Mantenimiento electromecánico	1	Desarrollo de instalaciones térmicas y de fluidos	1
Instalación y amueblamiento	1	Prevención de riesgos profesionales	1
Operaciones de laboratorio	1	Química ambiental	1
Cuidados auxiliares de enfermería	2	Anatomía patológica y citodiagnóstico	1
Farmacia y parafarmacia	1	Audiología prostética	1
Atención a personas en situación de dependencia	1	Dietética	1

Carrocería	1	Documentación y administración sanitaria	1
Electromecánica de vehículos automóviles	1	Laboratorio clínico y biomédico	1
		Prótesis dentales	1
		Salud ambiental	1
		Educación infantil	1
		Integración social	1
		Mediación comunicativa	1
		Promoción de igualdad de género	1
		Mediación comunicativa	1
		Automoción	1





Universidad
de Huelva



2.4.10.1. LA UNIVERSIDAD DE HUELVA

La **Universidad de Huelva** es una universidad que surgió a petición del pueblo onubense. Como tal se crea el 1 de julio de 1993 al segregarse de la Universidad de Sevilla tras años de intentos e incluso tras una huelga en la ciudad, ampliamente seguida, y que culminó con una concentración en la Plaza de las Monjas el 3 de marzo de 1988.

Pese a su juventud, en uno de los focos culturales más importantes de la provincia, ha contribuido al aumento de la calidad de vida de la ciudadanía y ha servido como detonante al fortalecimiento y expansión de la economía, contando desde su creación con el apoyo de las instituciones, que han reconocido en ella un motor de progreso en su ámbito de influencia.

Abarca actividades basadas en tres pilares: la docencia, la investigación y los servicios. Son tres ejes esenciales sobre los que día a día se trabaja para poder ofrecer a sus estudiantes una formación de calidad, acorde con las necesidades socio-laborales, al tiempo que se profundiza en el conocimiento científico y de excelencia en distintos terrenos del saber.

La oferta académica de la Universidad de Huelva incluye, en el curso 2016/2017, 29 grados (uno de ellos también ofertado en la modalidad de semipresencial) (Tabla 36), 4 dobles grados, 28 másteres oficiales y más de 50 títulos propios repartida entre los nue-

ve centros existentes. En total forman parte de la comunidad universitaria más de 13.000 personas: cerca de 12.000 estudiantes, más de 850 docentes y más de 470 miembros del personal de administración y servicios.

Para conseguir estos fines, dispone de tres Campus Universitarios: El Carmen (donde se encuentran 7 centros y algunos servicios como la Biblioteca Central, el Pabellón de Deportes, el SACU o varios aularios), La Rábida (donde se halla la Escuela Técnica Superior de Ingeniería) y La Merced (sede de la Facultad de Ciencias Empresariales), además del Campus de Cantero Cuadrado que alberga el Rectorado y servicios administrativos. En total más de 75 hectáreas y 140.000 m² construidos, con unas modernas instalaciones puestas a disposición de toda la comunidad universitaria



Tabla 36. Grados ofertados por la Universidad de Huelva

Facultad de Ciencias Experimentales
Grado en Ciencias Ambientales
Grado en Geología
Grado en Química
Doble Grado en Ciencias Ambientales y Geología
Facultad de Humanidades
Grado en Filología Hispánica
Grado en Historia
Grado en Estudios Ingleses
Doble Grado en Estudios Ingleses y Filología Hispánica
Grado de Gestión Cultural
Grado en Humanidades
Facultad de Ciencias de la Educación
Grado en Educación Social
Grado en Educación Infantil
Grado en Educación Primaria
Grado en Psicología
Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
Facultad de Ciencias Empresariales
Grado en Administración y Dirección de Empresas
Doble Grado Administración y Dir. de Empr. y Turismo
Grado en Finanzas y Contabilidad
Doble Grado en ADE, Finanzas y Contabilidad
Grado en Turismo

Facultad de Derecho
Grado en Derecho
Escuela Técnica Superior de Ingeniería Superior
Grado en Ingeniería Agrícola
Grado en Ingeniería Eléctrica
Grado en Ingeniería Electrónica Industrial
Grado en Ingeniería Energética
Grado en Ingeniería en Explotación de Minas y Recursos Energéticos
Grado en Ingeniería Forestal y del Medio Natural
Grado en Ingeniería Informática
Grado en Ingeniería Mecánica
Grado en Ingeniería Química Industrial
Facultad de Enfermería
Grado en Enfermería
Facultad de Ciencias del Trabajo
Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
Facultad de Trabajo Social
Grado en Trabajo Social





FUENTES DOCUMENTALES EMPLEADAS

Los datos e información que han sido expuestos hasta aquí han sido extraídos de diferentes fuentes documentales. Fundamentalmente, ha sido facilitada a través del propio Ayuntamiento de Huelva, aunque también se ha extraído de las páginas webs de otras instituciones y administraciones como:

- *Instituto Nacional de Estadística*
- *Universidad de Huelva*
- *Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía*
- *Consejería de Igualdad y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía*
- *Consejería de Educación de la Junta de Andalucía*
- *Consejería de Salud de la Junta de Andalucía*
- *Empresa Municipal de Aguas de Huelva*
- *Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía*
- *Puerto de Huelva*
- *Diario El Economista. Ranking de Empresas 2015.*



The background features a blue sky and water with a metal structure. The water is dark blue with ripples, and the sky is a lighter blue. A metal structure, possibly a bridge or pier, is visible in the foreground, with a vertical pole and horizontal beams. The text is overlaid on the right side of the image.

METODOLOGÍA

PLAN
ESTRATÉGICO
HUELVA

ESTRATEGIA
2025



Para la organización de la información se establecieron siete mesas de trabajo, con un coordinador de la Universidad en cada una de ellas, salvo en la mesa de cultura: 1) Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras; 2) Medioambiente y salud; 3) Desarrollo y bienestar personal y social; 4) Deportes; 5) Cultura; 6) Economía y emprendimiento; y 7) Turismo. A pesar de esta división, la organización de la información en programas y proyectos se ha realizado bajo una visión integral, teniendo presente la interconexión entre ellas.

A partir de toda la información obtenida, se procedió a integrar la información en programas de actuación y proyectos.

3.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES (DAFO)

Inicialmente, los coordinadores de las mesas de trabajo realizaron un listado con las diferentes organizaciones que podían contribuir al desarrollo del Plan Estratégico. Se intentó contactar con más de 150 orga-

3. METODOLOGÍA

El Plan Estratégico de la ciudad de Huelva fue encargado a la Universidad de Huelva, como entidad independiente del Ayuntamiento. Su elaboración se ha articulado en dos fases claramente diferenciadas (Ilustración 11). La primera sirvió para delimitar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) identificadas por expertos pertenecientes a distintos sectores representativos de la ciudad de Huelva. Entre estos sectores se encontraban empresarios, administraciones públicas, asociaciones vecinales, sindicatos y ONG's, así como personas de valía profesional y conocimiento de la ciudad.

La segunda fase consistió en consultar a la ciudadanía sobre la prioridad con la que deben ejecutarse las acciones propuestas por los expertos. Para ello, se realizaron encuestas presenciales y *online*, de tal forma que se maximizara la participación.



Ilustración 11. Fases de elaboración del Plan Estratégico de la Universidad de Huelva

nizaciones diferentes a través de llamadas telefónicas y a través del correo electrónico. Finalmente un total de 90 expertos participaron en la elaboración del DAFO entre los meses de febrero y Junio de 2016.

A los expertos que aceptaron participar se les envió el DAFO, pidiéndoles, para cada sesión y según a la mesa a la que pertenecieran, que jerarquizaran 10 líneas de actuación. Una vez recibidas, el coordinador de la mesa le asignaba una puntuación según la importancia, y obtenía una calificación global. Las 10 acciones de cada sección del DAFO eran expuestas en las reuniones con los expertos para debatir sobre las que debería emprender el Ayuntamiento de Huelva.

3.2. ENCUESTAS A LA CIUDADANÍA

La elaboración de los ítems a preguntar a la ciudadanía se realizó a partir de las acciones delimitadas por los expertos. Para ello, cada coordinador de mesa seleccionó entre 5 y 10 acciones que consideró más relevantes. La relevancia de éstas podía estar motivada por diferentes aspectos como, por ejemplo, la falta de unanimidad entre los expertos, la importancia de la acción en relación al coste que podía conllevar, etc. Esto es, no necesariamente debían ser aquellas que habían sido valoradas con la mayor puntuación de los expertos.

A continuación, se creó un documento en el que estaban expuestas las acciones seleccionadas por todos los coordinadores

de mesa. Los coordinadores asignaron una puntuación de entre 1 y 5 a todas las acciones. Esta forma de actuar vino motivada por la alta sinergia encontrada entre acciones que aparecieron en diferentes mesas. Las 35 acciones con mayor puntuación fueron las que sirvieron de base para la elaboración del cuestionario.

Una vez determinadas, un experto en elaboración de cuestionarios procedió a la redacción de los ítems. En los enunciados se incluyeron explicaciones cuando se consideró oportuno, y las preguntas respondían a las acciones seleccionadas, preguntando a la ciudadanía por el grado de prioridad que consideraban que debía tener su puesta en marcha, en una escala de 1 (poco prioritario) hasta 5 (muy prioritario). Además, se buscó maximizar la variabilidad de las respuestas, haciendo ver a la ciudadanía la relación coste/beneficio para la ciudad que cada una de ellas podía tener. El cuestionario final está recogido en el anexo II.

3.2.1. ENTREVISTAS PRESENCIALES A LA CIUDADANÍA

Para la recogida de datos de las encuestas presenciales se contrató a una empresa de Huelva. El marco de muestreo lo constituía la población de Huelva, y se planificó un total de 603 entrevistas, asumiendo un error muestral de $\pm 4\%$, una $p=q$ y un intervalo de confianza del 95%. Este tamaño muestral de entrevistas fue estratificado de manera proporcional al tamaño de los dis-





tritos de Huelva, entrevistando así en todos los distritos de la ciudad de Huelva.

Las entrevistas la realizaron entrevistadores de la empresa contratada, que recibieron las instrucciones pertinentes por el equipo coordinador del Plan Estratégico. Para la selección de los entrevistados, se les pidió que, en cada distrito, se ubicaran en un lugar de alta confluencia de personas, determinando un mínimo de dos lugares por distritos. Allí, debían seleccionar aleatoriamente (determinado por un número elegido al azar a contar según pasaran por delante del entrevistador/a) a la persona correspondiente. Una vez seleccionada, se les informaba sobre los objetivos y, si accedían a participar, se iniciaba la encuesta. Finalmente, se les pedía un contacto telefónico para verificar la realización de la entrevista posteriormente.

Una vez recopilada la información, se procedió a la grabación de las entrevistas en un archivo de datos para su posterior tratamiento estadístico.

Las encuestas presenciales se realizaron entre la primera y última semana del mes de julio de 2016. El tiempo de administración fue de entre 15-20 minutos.

3.2.2. ENTREVISTAS ONLINE A LA CIUDADANÍA

Una vez finalizada la fase presencial, se dispuso para la ciudadanía una web (<http://huelvaestrategia2025.com>) en la que se explicaban los objetivos de la encuesta, y

la ciudadanía tuvo la posibilidad de realizar la encuesta *online*. La página web fue realizada por una empresa de Huelva y publicitada a través de Facebook, Twitter y medios de comunicación locales (prensa fundamentalmente). Se controló la IP de los terminales para evitar que una persona pudiera realizar la encuesta varias veces desde un mismo terminal.

La fase de encuestas *online* terminó el 30 de septiembre de 2016. Durante el periodo en el que estuvo disponible se realizaron un total de 577 encuestas.

3.3. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El tratamiento estadístico de la información recopilada fue realizado por técnicos de la Universidad de Huelva.

Inicialmente se realizó un análisis exploratorio de los datos. Dicho análisis se realizó extrayendo estadísticos descriptivos de frecuencias, medias y desviaciones típicas, para detectar posibles valores anómalos consecuencia del proceso de recogida de datos y la grabación de los mismos en la base de datos informatizada. Dicho análisis no mostró valores incongruentes, y sólo se detectaron algunos ítems sin contestar en la encuesta presencial. Dado que estas respuestas se detectaron en pocos sujetos y sin un patrón predecible que permitiera suponer problemas en la comprensión de las preguntas, se optó por tratar las respuestas de estos sujetos a esos ítems como valores 'missing'. Estos

valores 'missing' no representaron más del 1% en ninguno de los ítems del cuestionario.

Tras la fase de depuración de los datos, se procedió al análisis estadístico extrayendo valores de frecuencia y porcentajes para cada ítem, que fueron mostrados en gráficos de barra como podrá observarse en la sección de resultados.

Por otro lado, se realizaron tablas de contingencia entre todos los ítems del cuestionario cruzándolos con las variables edad (categorizada por grupos etarios), sexo y distrito. Se analizó el estadístico chi-cuadrado para determinar la independencia entre las variables. Aquellas que mostraron un resultado estadísticamente significativo ($p < 0.05$) han sido incluidas en los resultados.





**MESAS SECTORIALES:
DEBILIDADES (D),
AMENAZAS (A),
FORTALEZAS (F)
Y OPORTUNIDADES (O)**

**PLAN
ESTRATÉGICO
HUELVA**

**ESTRATEGIA
2025**



4. MESAS SECTORIALES: DEBILIDADES (D), AMENAZAS (A), FORTALEZAS (F) Y OPORTUNIDADES (O)

El principal objetivo del análisis DAFO es ayudar a la ciudad de Huelva a encontrar sus factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usarlos y apoyar en ellos los cambios que permitan consolidar las fortalezas, minimizar las debilidades, aprovechar las ventajas de las oportunidades, y eliminar o reducir las amenazas.

Para su elaboración se partió de las siguientes definiciones:

DEBILIDADES

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a otras ciudades, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

AMENAZAS

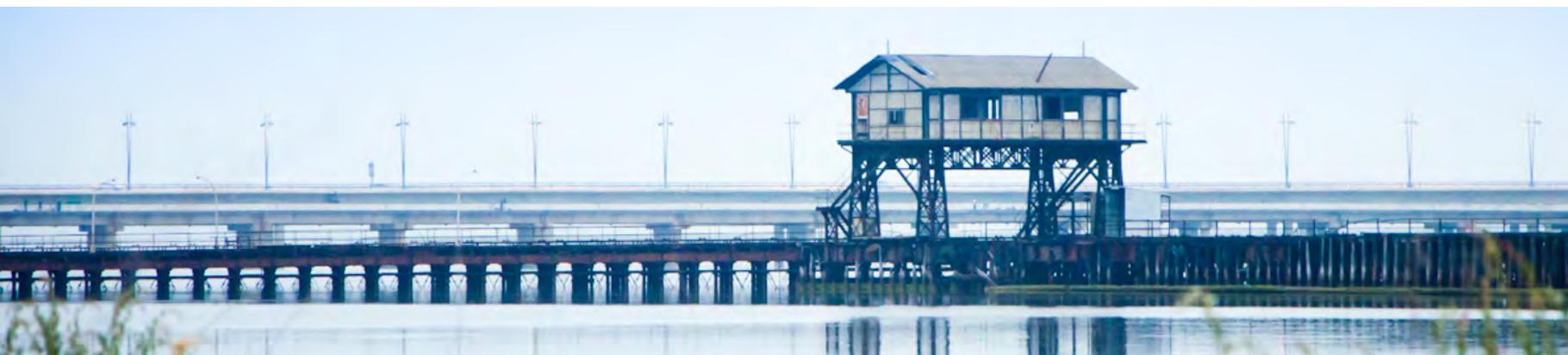
Son aquellos factores del entorno que pueden poner en peligro el futuro de la ciudad. Si dichas amenazas son reconocidas a tiempo pueden evitarse o ser convertidas en oportunidades.

FORTALEZAS

Son las capacidades especiales con que cuenta la ciudad, y que le permite tener una posición privilegiada frente al resto de ciudades. ¿En qué se diferencia de otras ciudades? ¿Qué sabe hacer mejor?

OPORTUNIDADES

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la ciudad, y que permiten obtener ventajas competitivas frente a otras ciudades.





4.1. DAFO URBANISMO, MOVILIDAD SOSTENIBLE E INFRAESTRUCTURAS

DEBILIDADES

Sobre el modelo urbano:

- U.D.1. Identificación de un distanciamiento de la lámina de agua respecto al núcleo urbano, sin tener usos versátiles y que son ajenos al ciudadano.
- U.D.2. Existen espacios libres urbanos, que requieren una reflexión sobre su cualificación y optimización, conexión entre ellos, a través de tramas peatonales y ciclables. Específicamente se hace referencia a la necesidad de potenciar los espacios naturales y los cabezos.
- U.D.3. Los monumentos y la arqueología con los que cuenta la ciudad de Huelva están en continua decadencia. Es necesario equiparlos para evitar que se avance en su degradación.
- U.D.4. La cercanía del polo industrial a la ciudad deriva en problemas ambientales
- U.D.5. Deterioro de barriadas que pueden pasar a ser marginales
- U.D.6. El Plan Vigente y el Plan Especial de Reforma Interior (PERI) están obsoletos
- U.D.7. Huelva no dispone de centros de actividad ciudadana en barrios polinucleares, salvo en la zona de Isla Chica y el centro de la ciudad
- U.D.8. Escaso nivel de drenaje en algunas zonas, con riesgo de inundación

Sobre la movilidad sostenible:

- U.D.9. Transporte público deficiente y falta de interactividad entre los modos de transporte, horarios y plataformas.
- U.D.10. Necesidad de que EMTUSA modernice y optimice la flota
- U.D.11. Falta de incentivos en vehículos económicos y con fuentes de energía alternativa
- U.D.12. Huelva posee una topografía adversa en términos de movilidad, y actualmente existe una separación entre ciudad alta-ciudad baja no abordada correctamente
- U.D.13. Los accesos a la ciudad y su imagen urbana es de escasa calidad
- U.D.14. La ausencia de una previsión de aparcamiento como sistemas generales
- U.D.15. El transporte no motorizado no está siendo convenientemente potenciado
- U.D.16. Escaso nivel de peatonalización e inaplicación de las inversiones previstas de los planes de accesibilidad
- U.D.17. Existencia de un exceso de ruido procedente del tráfico



AMENAZAS

U.A.1. Crisis económica con sus consecuencias de bajas perspectivas de trabajo e inversión. Esto se agrava por la ya débil situación económica de la ciudad

U.A.2. Reducción de las inversiones públicas y privadas, con una clara falta de visibilidad de la inversión pública, y una escasa competencia en la costa

U.A.3. Huelva está próxima a otras ciudades que actualmente poseen un mayor atractivo

U.A.4. La falta de intercomunicación modal es vista por los expertos como una amenaza, con una escasa comunicación con otras provincias que no sea Sevilla

U.A.5. Competencia con otras ciudades y núcleos urbanos con tipologías edificatorias que dan respuesta a las demandas de la población. Así, se produce un crecimiento del área metropolitana a expensas de Huelva

U.A.6. Contaminación de los suelos y los fosfoyesos

U.A.7. Existe una falta de identidad como ciudad. Se señala a Huelva como capital de provincia 'virtual', con una falta de estrategia de 'lobby'

U.A.8. Ocupación de los espacios portuarios por la industria

U.A.9. Desvinculación de la ciudad de la revolución de la economía primaria: agricultura, minería y pérdida del valor añadido.

U.A.10. Falta de un instrumento de ordenación del territorio, existiendo un desequilibrio entre las cargas soportadas por la ciudad y las compensaciones territoriales.





FORTALEZAS

U.F.1. Huelva posee bastante superficie de suelo para futuros proyectos (Parque Huelva Empresarial, Avda. Francisco Montenegro)

U.F.2. Huelva posee espacios naturales, paisaje y orografía de valor

U.F.3. Huelva posee una adecuada accesibilidad terrestre con Sevilla y Portugal

U.F.4. Existencia del puerto, que se encuentra en expansión, saneado, con capacidad para invertir, suelo y conectividad

U.F.5. Huelva es una ciudad antigua, con edificios emblemáticos

U.F.6. El clima de Huelva es muy adecuado

U.F.7. La apertura de Huelva a la costa

U.F.8. La disponibilidad de fuentes de energía, en particular cantidad y calidad del agua

U.F.9. Huelva posee un buen posicionamiento para el tráfico marítimo internacional, en particular la conexión costera con Portugal



OPORTUNIDADES

U.O.1. Potenciar la posición geoestratégica de la capital y su provincia.

U.O.2. Potenciar la plataforma logística, partiendo del Puerto de Huelva. Posibilidades de captar inversión para la mejora de las conexiones ferroviarias, y su inclusión en el Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte

U.O.3. Auge de la agricultura de primor y minería, con posibilidad de industrias de transformación, combinándose con una disponibilidad de terrenos

U.O.4. Existencia de Fondos Europeos en general, y en particular para la rehabilitación, regeneración y renovación de edificios y urbana. Posibilidad de renovación urbana de 'barriadas obsoletas'

U.O.5. Traslado de algunas actividades del Muelle de Levante, facilitando el acercamiento de la ciudad a la Ría.

U.O.6. Desarrollar rutas arqueológicas de yacimientos 'visibles' y potenciar los yacimientos 'invisibles'

U.O.7. Poner en valor edificios oficiales cerrados como centros culturales

U.O.8. Ampliar el puerto, con nuevas líneas para pasajeros y adecuación de la Ría

U.O.9. Potenciar los espacios naturales como fuente de riqueza.

4.2. DAFO MEDIO AMBIENTE Y SALUD

DEBILIDADES



MAS.D.1. Percepción de una elevada polución ambiental (Contaminación atmosférica, acuática y del suelo), consecuencia de la falta de información al ciudadano respecto a los niveles a tiempo real de dicha contaminación.

MAS.D.2. Escasa Educación y falta de concienciación del ciudadano en materia de Medio Ambiente, hábitos saludables y prevención.

MAS.D.3. Deterioro y escaso mantenimiento de las zonas verdes en el casco urbano.

MAS.D.4. Mala imagen de la ciudad (Baja visibilidad, limpieza deficiente, deterioro del paisaje urbano).

MAS.D.5. Elevada prevalencia de enfermedades en la ciudad y falta de información al ciudadano por parte de las instituciones.

MAS.D.6. Contaminación por tráfico rodado y contaminación acústica (mal estado y diseño del carril bici y falta de promoción de transporte colectivo).

MAS.D.7. Escasa concienciación y coordinación entre administraciones en materia medioambiental y de salud.

MAS.D.8. Insuficientes servicios sanitarios y uso inapropiado por parte del ciudadano de las urgencias sanitarias.

MAS.D.9. Falta de control de los espacios naturales protegidos.

MAS.D.9. Desconfianza del ciudadano frente a la administración en materia medioambiental y de salud.

AMENAZAS



MAS.A.1. La balsa de fosfoyesos supone una amenaza para el medio ambiente y podría suponer una amenaza para la salud.

MAS.A.2. El estado de contaminación del terreno y la calidad del sustrato (marismas, drenaje ácido minero, etc.).

MAS.A.3. Falta de empleo y aumento de pobreza.

MAS.A.4. La existencias de problemas medioambientales frenan el desarrollo turístico.

MAS.A.5. Desequilibrio entre la oferta y la demanda sanitaria.

MAS.A.6. Falta de un plan de emergencia conocido, e información para el ciudadano, respecto al riesgo químico y medioambiental.

MAS.A.7. Disminución de la inversión en energía renovable.

MAS.A.8. Incremento del tráfico rodado por aumento del turismo y mejora de la economía.

MAS.A.9. La ciudad podría considerarse un territorio periférico desde la perspectiva europea a consecuencia de la reciente incorporación de los países de Europa del Este a la UE.

MAS.A.10. Adopción de malos hábitos alimentarios y permisividad de la administración respecto del tabaquismo.



FORTALEZAS

MAS.F.1. El patrimonio natural (Marismas, Reservas de la Biosfera, Humedales, ZEPA, etc.).

MAS.F.2. Existencia de una concienciación social que exige la promoción de la salud y la mejora ambiental.

MAS.F.3. Existencias de líneas de investigación en la universidad y centros sanitarios, relacionado con la salud y medio ambiente.

MAS.F.4. Clima excelente con implicaciones positivas para la salud, que contribuye al disfrute de los espacios naturales.

MAS.F.5. Alimentos con denominación de origen que ayudan a mejorar la salud (dieta mediterránea).

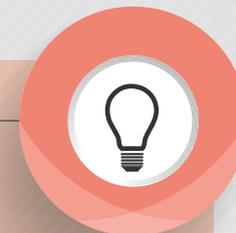
MAS.F.6. Existencia de un acuerdo de reducción de CO₂ antes del 2030.

MAS.F.7. Aumento de población nacida en la ciudad de Huelva.

MAS.F.8. Recuperación de la zona del Muelle del Tinto.

MAS.F.9. Baja densidad de población en una ciudad manejable (compacta).

MAS.F.10. La existencia de un servicio municipal de consultas e incidencias medioambientales.



OPORTUNIDADES

MAS.O.1. Potenciar el uso del Patrimonio Natural y puesta en valor de zonas verdes, Parque Moret, las marismas, la ría... para actividades saludables.

MAS.O.2. Apoyar la investigación en materia medioambiental y de salud, para enriquecer la I+D+i.

MAS.O.3. Impulsar políticas que respeten el Medio Ambiente (uso de energía renovable, mejora energética y ciclos del agua en edificios públicos y privados).

MAS.O.4. Promover la Ecología Industrial como fuente de innovación tecnológica y de generación de empleo verde (economía circular, industria sostenible, etc.).

MAS.O.5. Crear un área metropolitana de Huelva (ciudad) y de un sistema de transporte-lanzadera entre los centros hospitalarios.

MAS.O.6. Potenciar la creación de empresas que fomentan el aspecto medioambiental y de salud.

MAS.O.7. Mejora el marketing de las fortalezas de la ciudad.

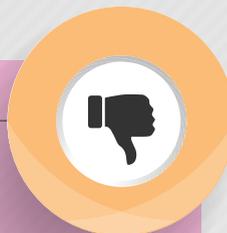
MAS.O.8. Disminuir la contaminación.

MAS.O.9. Promover hábitos de vida saludable.

MAS.O.10. Ampliar la Reserva de la Biosfera hacia el término municipal de Huelva,

4.3. DAFO DESARROLLO Y BIENESTAR PERSONAL Y SOCIAL

DEBILIDADES



BSE.D.1. Incremento de las desigualdades no acompañadas de un incremento de recursos

BSE.D.2. Espacios urbanos no accesibles para toda la ciudadanía.

BSE.D.3. Déficit de comunicación entre Ayuntamiento y vecinos

BSE.D.4. Falta de promoción del asociacionismo y participación ciudadana

BSE.D.5. Escasez de valores sociales y de mediación

BSE.D.6. Insuficientes viviendas sociales

BSE.D.7. Insuficiente comunicación entre Ayuntamiento y asociaciones

BSE.D.8. Escasa integración en los espacios y actividades de las personas con necesidades diferentes.

AMENAZAS



BSE.A.1. Recortes presupuestarios de las diferentes administraciones

BSE.A.2. Inadecuado modelo productivo

BSE.A.3. Diferencias sociales

BSE.A.4. Problemas de comunicación entre instituciones

BSE.A.5. Abandono de infraestructuras que no dependen del ayuntamiento

BSE.A.6. Falta de representatividad de los responsables públicos.

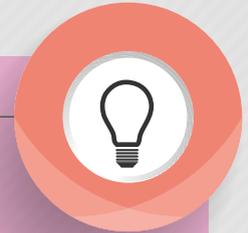
BSE.A.7. Escasa inversión social

BSE.A.8. Mala gestión de los recursos existentes



FORTALEZAS

- BSE.F.1. Capacidad del trabajo asociativo y vecinal
- BSE.F.2. Capacitación de los profesionales que trabajan en el ámbito social, tanto en entidades públicas como privadas
- BSE.F.3. Seguridad y 'amabilidad' de la ciudad de Huelva
- BSE.F.4. Predisposición y compromiso social de la ciudadanía
- BSE.F.5. Buena disposición de las administraciones, ciudadanos, asociaciones y ONG's
- BSE.F.6. Reconocimiento del Ayuntamiento como entidad cercana



OPORTUNIDADES

- BSE.O.1. Mejora de barrios con fondos europeos
- BSE.O.2. Mejora de infraestructuras de comunicación
- BSE.O.3. Mayor colaboración con la Universidad
- BSE.O.4. Introducción de nuevos modelos de intervención comunitaria
- BSE.O.5. Relativa baja inversión para una alta rentabilidad social
- BSE.O.6. Espacio expedito para la innovación
- BSE.O.7. Mayor desarrollo de sectores productivos

4.4. DAFO DEPORTE

DEBILIDADES



- D.D.1. Déficit e inadecuado mantenimiento de las infraestructuras deportivas
- D.D.2. Financiación deficitaria del Ayuntamiento y de las empresas locales
- D.D.3. Escaso apoyo al Deporte base y a las escuelas deportivas
- D.D.4. Falta de campañas informativas para el fomento y práctica del deporte
- D.D.5. Escasa dotación y adecuación de las instalaciones de los centros escolares
- D.D.6. Diseño urbanístico no facilita la práctica deportiva
- D.D.7. Escasa coordinación entre administraciones locales
- D.D.8. Poco desarrollo de los deportes náuticos
- D.D.9. Descoordinación en la formación de responsables técnicos de actividades deportivas
- D.D.10. Falta de fomento de participación de mujeres, discapacitados y personas mayores

AMENAZAS



- D.A.1. Presupuestos públicos insuficientes para el deporte
- D.A.2. Sedentarismo y abandono del deporte en la adolescencia
- D.A.3. Mayores ofertas deportivas en las localidades próximas
- D.A.4. Excesiva dependencia de la financiación pública por parte de los clubes y asociaciones
- D.A.5. Falta de fomento del asociacionismo deportivo
- D.A.6. Falta de coordinación de las administraciones en materia de deporte y actividad física
- D.A.7. Falta de inversión privada para el deporte
- D.A.8. Número reducido y falta de cualificación de técnicos y gestores del deporte en la administración pública
- D.A.9. Escasez de medios de transporte públicos en Huelva capital para los desplazamientos a otros municipios para la práctica del deporte
- D.A.10. Parálisis y estancamiento de las infraestructuras relacionadas con el transporte y el hospedaje para conseguir grandes eventos deportivos



FORTALEZAS

- D.F.1. Clima adecuado para prácticas deportivas al aire libre
- D.F.2. Espacios urbanos y naturales que permiten el desarrollo de actividades deportivas incluso a discapacitados
- D.F.3. Clubes y deportistas de reconocido prestigio nacional e internacional
- D.F.4. Creciente interés de la población onubense por el deporte-salud
- D.F.5. Capacidad y experiencia en la realización de eventos deportivos
- D.F.6. Amplia red de voluntariado deportivo
- D.F.7. Oferta creciente de formación profesional y universitaria en materia de actividad física y deporte
- D.F.8. Capacidad de los onubenses de crear tejido asociativo, clubes y asociaciones deportivas
- D.F.9. Huelva 'cuna' de los deportes tradicionales del legado británico
- D.F.10. Cercanía de la ciudad con aguas tranquilas y posibilidad de largos recorridos náuticos



OPORTUNIDADES

- D.O.1. La posibilidad de asociar deporte con la transmisión de valores y salud
- D.O.2. Las posibilidades de asociar deporte y turismo en actividades/eventos
- D.O.3. Fomento del deporte en edades tempranas
- D.O.4. La incorporación de la mujer a la realización de práctica deportiva
- D.O.5. Nuevas infraestructuras para el transporte que nos comuniquen con el exterior
- D.O.6. Potenciar los deportes minoritarios que obtienen éxito
- D.O.7. Difundir la evidencia científica relativa a la relación entre salud y buen estado físico
- D.O.8. Utilización de los grandes campeones para la promoción deportiva fuera de Huelva
- D.O.9. Potenciar ferias, jornadas y encuentros de la industria deportiva
- D.O.10. Demostrar a las entidades privadas el retorno que tiene la inversión en eventos deportivos

4.5. DAFO CULTURA

DEBILIDADES



- C.D.1. Ausencia de programas en los distintos niveles educativos que fomenten el interés por las diferentes manifestaciones de la cultura
- C.D.2. Dotación deficitaria e inadecuado mantenimiento de las infraestructuras culturales
- C.D.3. Falta de identidad de la sociedad debido a la destrucción y desconocimiento de su propio patrimonio cultural
- C.D.4. Falta de coordinación entre los diferentes agentes culturales públicos y privados
- C.D.5. Escasas iniciativas privadas en la oferta cultural
- C.D.6. La programación cultural es escasa, esporádica y de desigual calidad
- C.D.7. Insuficientes presupuestos destinados a la cultura por parte de las administraciones públicas
- C.D.8. Confusión entre manifestaciones y tradiciones populares, ferias y verbenas con actividades culturales
- C.D.9. No hay un proyecto de puesta en valor y socialización de nuestro patrimonio cultural
- C.D.10. Desaprovechamiento del prestigio y calidad de muchos creadores

AMENAZAS

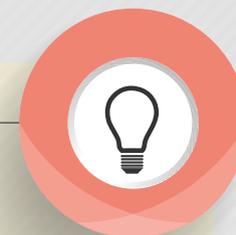


- C.A.1. Recortes presupuestarios en cultura
- C.A.2. Escasa cualificación técnica sobre gestión cultural
- C.A.3. Falta de interés de los ciudadanos por el consumo y disfrute de bienes y ofertas culturales
- C.A.4. Falta de coordinación de proyectos, programas y/o actividades que pudieran surgir desde las instituciones públicas y privadas
- C.A.5. Falta de infraestructuras o dotación de las existentes
- C.A.6. Proximidad de otras localidades con mejor gestión y difusión
- C.A.7. Determinados procedimientos de la administración suponen un lastre para las iniciativas culturales privadas
- C.A.8. Insuficiente y parcial atención de los medios de comunicación a la actividad cultural
- C.A.9. Crear infraestructuras culturales destinadas exclusivamente a los turistas y no al disfrute y participación de la población



FORTALEZAS

- C.F.1. Patrimonio histórico y cultural con rasgos identitarios
- C.F.2. Existencia de eventos consolidados que vinculan a Huelva con Iberoamérica
- C.F.3. Condiciones naturales y climatológicas privilegiadas
- C.F.4. Diversidad del paisaje cultural de Huelva: marinero, minero y agrícola
- C.F.5. Riqueza de la creación artística en el pasado y presente de la ciudad
- C.F.6. Frontera con Portugal
- C.F.7. Riqueza gastronómica
- C.F.8. El tamaño y las características de la ciudad la hacen accesible con una buena calidad de vida y favorecen el disfrute del tiempo de ocio
- C.F.9. La ciudad cuenta con una Universidad, Escuela de Arte, Conservatorio de Música, Centros Educativos y asociaciones para propiciar el desarrollo cultural



OPORTUNIDADES

- C.O.1. Vinculación con Iberoamérica
- C.O.2. Investigación e innovación en la cultura con la Universidad como uno de los ejes fundamentales
- C.O.3. Patrimonio cultural por poner en valor
- C.O.4. Influencia del legado británico y francés en la identidad onubense
- C.O.5. Turismo cultural en alza
- C.O.6. Grupos empresariales con interés y capacidad de invertir en la cultura en Huelva
- C.O.7. Nuevos espacios culturales
- C.O.8. Alianza con municipios de la provincia
- C.O.9. Uso de nuevas tecnologías
- C.O.10. La proliferación de iniciativas ciudadanas de reciente creación a favor de la cultura: asociaciones, movimientos, acciones individuales

4.6. DAFO ECONOMÍA Y EMPRENDIMIENTO

DEBILIDADES



- E.D.1. Carencias considerables en las conexiones ferroviarias y en la red de carreteras
- E.D.2. Tejido empresarial débil y sin un tamaño adecuado
- E.D.3. Percepción de una imagen negativa de la industria
- E.D.4. Falta de diversificación
- E.D.5. Excesiva dependencia de la industria
- E.D.6. Desempleo y baja renta de la población
- E.D.7. Ausencia de estrategia y planificación por parte de la administración
- E.D.8. Falta de cooperación entre empresas y entre sectores
- E.D.9. Falta de modelo de polígonos y parques empresariales
- E.D.10. Falta de cultura emprendedora

AMENAZAS



- E.A.1. Deslocalización de la industria
- E.A.2. Escasa captación en los futuros fondos europeos
- E.A.3. Pérdida de personal cualificado
- E.A.4. Competencia de puertos alternativos al de Huelva
- E.A.5. Posicionamiento débil en la competencia entre territorios para captar inversiones
- E.A.6. Pérdida de posicionamiento estratégico para inversiones en I+D+i
- E.A.7. Imagen de ciudad pobre y alto impacto de la crisis en la renta y el desempleo
- E.A.8. Pérdida de población hacia el área metropolitana
- E.A.9. Estancamiento del crecimiento de la Universidad
- E.A.10. Inseguridad para los inversores por cambios en el marco normativo



FORTALEZAS

- E.F.1. Existencia de un puerto nodo de la red básica (TEN-T) en buenas condiciones y con posibilidades de crecimiento
- E.F.2. Ubicación geoestratégica favorable en 'estrecho largo' en costa atlántica y Europa con buenas condiciones climáticas y metereológicas
- E.F.3. Sector industrial con gran capacidad exportadora, alto valor añadido y existencia de industrias auxiliares
- E.F.4. Universidad de Huelva como motor esencial de procesos de I+D+i con ciudadanía de alta cualificación académica
- E.F.5. Infraestructuras hospitalaria importante (sector público) unido al relativamente reciente sector privado capaz de atraer población de la provincia
- E.F.6. Buena calidad de vida: buen clima durante todo el año, tamaño accesible, buenos servicios públicos y oferta de ocio
- E.F.7. Agua sin restricciones y de calidad
- E.F.8. Disponer de dos aeropuertos internacionales cercanos
- E.F.9. Productos con prestigio y reconocimiento internacional vinculados al territorio (fresas, jamón, gambas, existencia de la marca 'pescados y mariscos de Huelva') y una buena gastronomía
- E.F.10. Existencia de suelo industrial y logístico disponible y dotados



OPORTUNIDADES

- E.O.1. Posibilidades de ser un centro logístico en el arco atlántico estableciendo nuevas rutas marítimas hacia/desde el puerto, que desarrollen factores competitivos del sector industrial con alto poder en tecnología e innovación
- E.O.2. Potencial de ser 'zona franca portuaria' que atraiga inversión
- E.O.3. Posibilidad de desarrollo vertical en la industria agroalimentaria, creando un mercado de origen en la capital (productos hortofrutícolas de la provincia, fundamentalmente sus bayas o berries: fresas, frambuesas, arándanos y moras, como primer productor de Europa y uno de los mayores mundiales)
- E.O.4. Huelva como punto de encuentro y sede para acuerdos empresariales entre emprendedores españoles y del Algarve de Portugal
- E.O.5. Aprovechar la capacidad de los grupos de investigación de la Universidad de Huelva para crear sinergias de emprendimiento empresarial
- E.O.6. Acontecimiento de excepcional interés por el 525 aniversario del descubrimiento de América
- E.O.7. Captación de fondos de I+D+i en el nuevo marco, aprovechando la red de espacios tecnológicos
- E.O.8. Aprovechamiento de la imagen reconocida a nivel internacional de los productos de la tierra (jamón, gambas, fresas, etc.)
- E.O.9. Puesta en valor de parajes naturales protegidos para el avistamiento de aves
- E.O.10. Oportunidad de desarrollo en el entorno de la Ría para actividades de ocio y deportivas

4.7. DAFO TURISMO

DEBILIDADES



- T.D.1. Movilidad interior y accesibilidad exterior
- T.D.2. Falta de profesionalidad en la atención al turista
- T.D.3. Agenda cultural y de ocio insuficiente y muy mal proporcionada
- T.D.4. Poca concreción de la oferta turística
- T.D.5. Nula promoción del destino Huelva ciudad
- T.D.6. Escasa ejecución de los proyectos surgidos de la colaboración público-privada
- T.D.7. Ausencia histórica de búsqueda de un modelo de ciudad
- T.D.8. Insuficiente dotación presupuestaria para promocionar y diferenciar el destino
- T.D.9. Mala imagen de la ciudad por la actividad industrial
- T.D.10. Escasez de eventos relevantes de carácter nacional e internacional

AMENAZAS

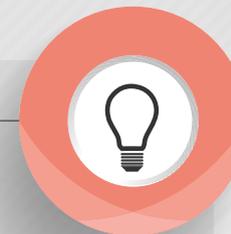


- T.A.1. Indefinición del destino y falta de integración de las actuaciones público-privadas
- T.A.2. Mayor reconocimiento de la oferta de la provincia y de otras ciudades similares
- T.A.3. Poca inversión externa en la ciudad
- T.A.4. Episodios medioambientales negativos para la imagen de la ciudad (fosfoyesos)
- T.A.5. Cercanía de Sevilla y del Algarve
- T.A.6. Baja formación de la mano de obra
- T.A.7. Escasez de infraestructuras y medios de transporte públicos para la movilidad interior
- T.A.8. Ausencia de señas de identidad
- T.A.9. Deslocalización del centro comercial de compras hacia el extrarradio
- T.A.10. Escasa oferta del conjunto histórico artístico



FORTALEZAS

- T.F.1. Gastronomía reconocida por calidad y precio
- T.F.2. Patrimonio medioambiental de gran importancia
- T.F.3. Historia milenaria
- T.F.4. Climatología
- T.F.5. Cercanía a importantes centros turísticos
- T.F.6. Conexión marítima
- T.F.7. Ciudad accesible, manejable y cómoda
- T.F.8. Hospitalidad y carácter de los onubenses
- T.F.9. Destino seguro
- T.F.10. Fiestas locales



OPORTUNIDADES

- T.O.1. Cuna de descubrimiento y del legado inglés
- T.O.2. Nueva oferta en el turismo de cruceros
- T.O.3. Huelva como ciudad gastronómica en 2017
- T.O.4. Mejora de las infraestructuras de comunicación turísticas
- T.O.5. Cercanía a importantes centros receptores de turismo (Sevilla y Algarve)
- T.O.6. Desarrollo del sector de turismo de negocios en reuniones de pequeños y mediano tamaño
- T.O.7. Ampliación de la zona peatonal para fomentar la oferta comercial
- T.O.8. Apertura de la ciudad a la Ría
- T.O.9. Huelva como puerta de América en Europa
- T.O.10. Huelva capital como núcleo vertebrador del turismo provincial



**OPINIÓN
CIUDADANA
A TRAVÉS DE LAS
ENCUESTAS**

**PLAN
ESTRATÉGICO
HUELVA**

**ESTRATEGIA
2025**



cuotas por sexo y proporcional a la población residente en los distritos. Para la captación se utilizó un procedimiento que intenta maximizar la representatividad. Por ello, estos resultados deben ser considerados los más próximos a la opinión representativa de la población de Huelva, teniendo presente el margen de error estimado e indicado en la sección de metodología.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad media de los/as ciudadanos/as que han participado en la encuesta presencial es de 41,84 años (DT=16,10). Al agrupar la edad por rangos se encuentra que la mayoría de la población está en el rango de 41-65 años (42%), seguido del rango de 26-40 años (33%). Por otro lado, el rango de menor edad es de 65 o más años (8%), seguido del rango de 18-25 años (16%). La distribu-

ción del sexo es similar, siendo para las mujeres un 49% y para los hombres un 51%. No obstante, hay que señalar que fue una cuota contemplada en el diseño de la encuesta.

Con respecto al nivel de estudios (Figura 5), la mayoría de la población tiene estudios de bachiller, formación profesional o similares (38%), seguido de estudios universitarios (36%). Por el contrario, tan solo un 4% de la población no tiene estudios (4%) o no ha finalizado los estudios primarios (1%).

Al preguntarles por su preferencia de residencia en la ciudad de Huelva, el 85% de los ciudadanos respondieron que le gustaría seguir residiendo en la ciudad. No obstante, se reduce al 75% el porcentaje de ciudadanos que piensa que en los próximos años continuará residiendo en Huelva. Esto es, hay un 10% de los encuestados que consideran probable que no residan en Huelva en los próxi-

5. OPINIÓN CIUDADANA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS

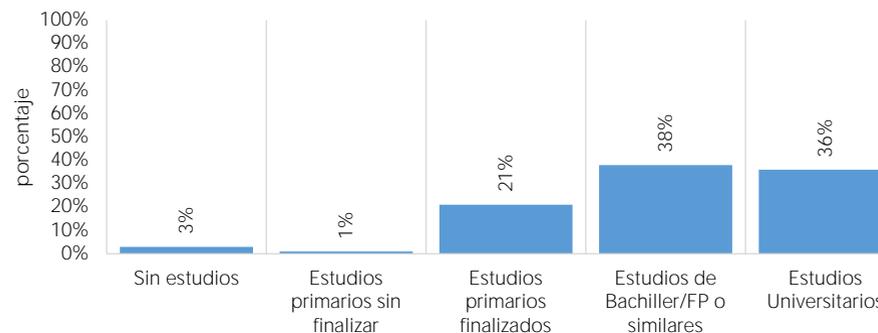
Los resultados de las encuestas van a ser expuestos en tres bloques: 1) Bloque de encuestas presenciales, que recoge los resultados aportados por aquellas personas que fueron encuestadas presencialmente; 2) Bloque con resultados *online*, que recoge las respuestas de la ciudadanía que optó por realizar la encuesta *online*; y, 3) Bloque con resultados globales, que recoge la opinión conjunta de las personas encuestadas presencialmente y *online*.

El cuestionario puede consultarse en el anexo II de este documento.

5.1. ENCUESTAS PRESENCIALES

Como se indicó anteriormente, las encuestas presenciales fueron realizadas a una muestra de la población de la ciudad de Huelva captadas en la calle, estableciendo

Figura 5. Nivel de estudios (encuestas presenciales)



mos años, a pesar de que sí lo desearían. El motivo más señalado para no residir en los próximos años fue 'motivos laborales' (24%), seguido de la consideración de que en los pueblos de alrededor de Huelva pueden obtener una mejor calidad de vida (7%).

DESARROLLO Y BIENESTAR PERSONAL Y SOCIAL

Al preguntar a la ciudadanía sobre las acciones derivadas de los expertos de la mesa de desarrollo y bienestar personal y social (Figura 6), se observa que la ciudadanía considera que la acción relativa a la instalación de un comedor social municipal debería ser la más prioritaria (55%), junto con la creación de un servicio de emergencia social (53%).

En menor medida, la elaboración de una guía de servicios sociales es considerada como muy prioritaria por un 43%. Las preguntas relativas a la rehabilitación de edificios para utilización por parte de ONG's y asociaciones, y evaluar el impacto de las ayudas que actualmente se conceden, son las que han sido en menor medida consideradas por la ciudadanía como acciones prioritarias, con unos porcentajes del 31% y 32% respectivamente.

URBANISMO, MOVILIDAD SOSTENIBLE E INFRAESTRUCTURAS

De entre las acciones relativas al urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras (Figura 7), los ciudadanos opinan que el alejamiento de los espacios contaminados debería ser la acción que el Ayuntamiento abordara con mayor prioridad (68%), junto a que el Ayuntamiento reclame de manera prioritaria infraestructuras interurbanas ferroviarias y de carreteras (67%). También se observa que supera el 50% de prioridad que el Ayuntamiento

Figura 6. Desarrollo y bienestar personal y social (encuestas presenciales)

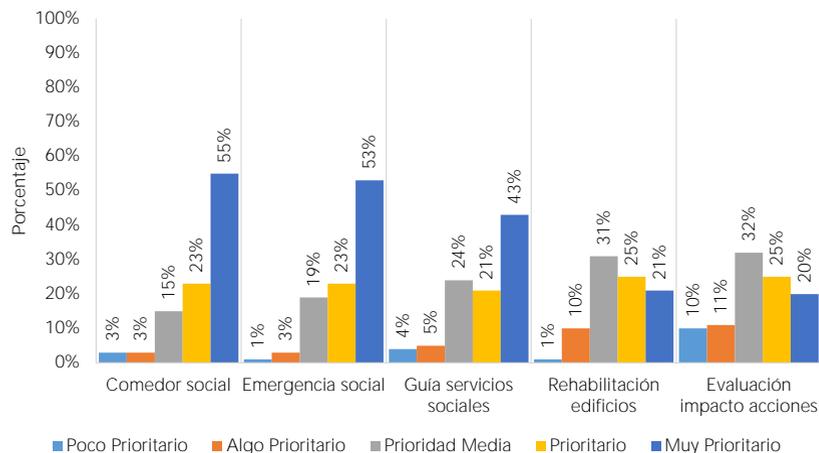
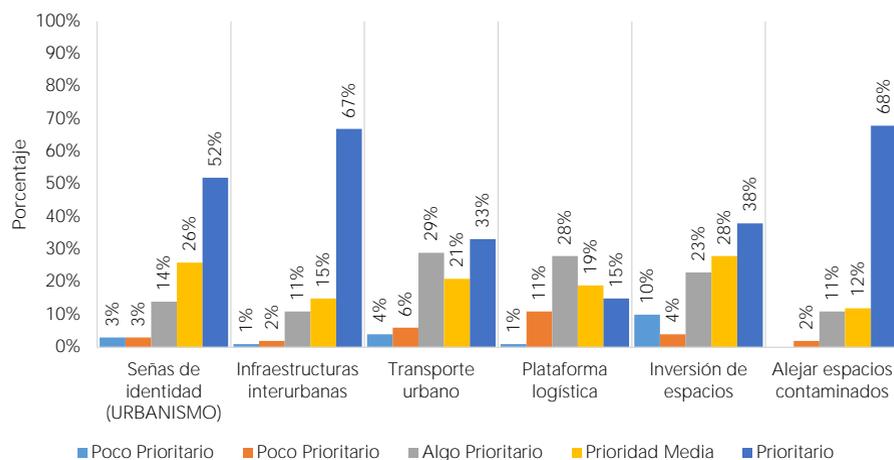


Figura 7. Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras (encuestas presenciales)



de Huelva convierta en señas de identidad (y por ello, mejorarlas) zonas con alto valor ecológico (52%); además un 38% de los encuestados consideran prioritario que el Ayuntamiento debería invertir en restos arqueológicos y lugares emblemáticos de la ciudad de Huelva.

Por otro lado, se observa que la ciudadanía considera que la acción con menos prioridad es que el ayuntamiento participe con sus recursos en la implantación de una plataforma logística en el puerto de Huelva. Como se observa en la Figura 7, la alternativa de respuesta más frecuentemente señalada por la ciudadanía a esta pregunta ha sido la que otorga una prioridad media (28%).

Por otro lado, la siguiente acción a la que la ciudadanía concede una mayor prioridad a la mejora del mantenimiento y estado de las zonas verdes y de ocio que ya existen en la ciudad (35%), a la creación por parte del ayuntamiento de un área metropolitana verde (33%) y a implantar un sistema de información al ciudadano sobre la polución ambiental en tiempo real.

El rediseño del trazado vial, peatonal y carril bici, junto a la acción relativa a la conexión a través de lanzaderas de puntos neurálgicos de la ciudad, son las acciones que han sido valoradas con menor prioridad por la ciudadanía



MEDIO AMBIENTE Y SALUD

Las acciones valoradas correspondientes a la mesa de medio ambiente y salud han sido, de manera general, evaluadas con una menor prioridad que la anterior. En la Figura 8 se observa que dentro de esta temática la ciudadanía concede una mayor prioridad a que el ayuntamiento se involucre en el encapsulado de la balsa de fosfoyesos y se recupere el paisaje (38%). No obstante, se observa que el mismo porcentaje de respuestas son los que consideran que esta acción no debería ser nada prioritaria para el ayuntamiento. Es decir, se observa una opinión polarizada entre la ciudadanía con respecto a esta acción.

Figura 8. Medio ambiente y salud (encuestas presenciales)

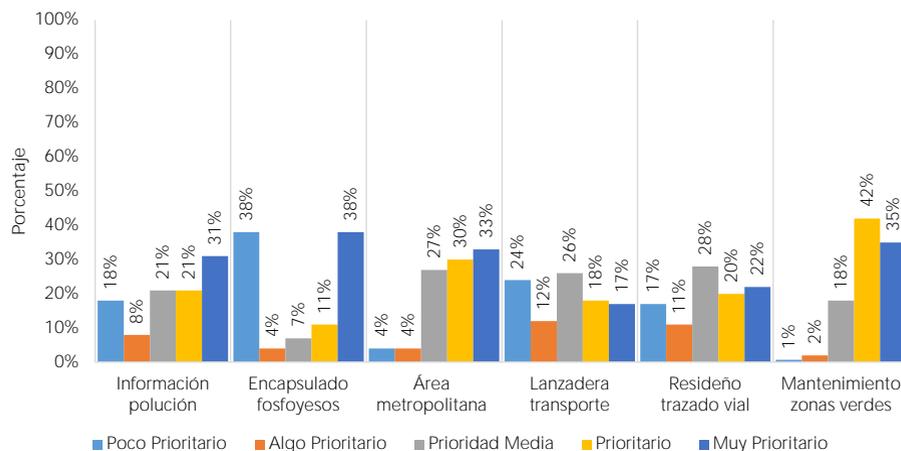


Figura 9. Deporte (encuestas presenciales)

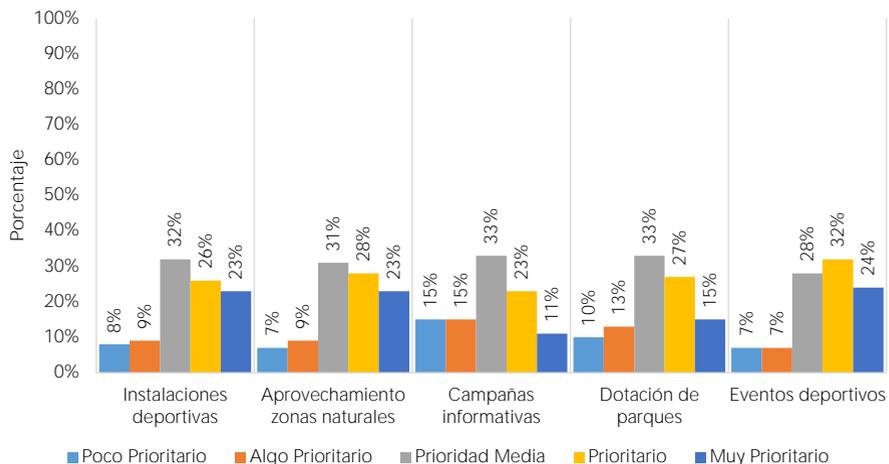
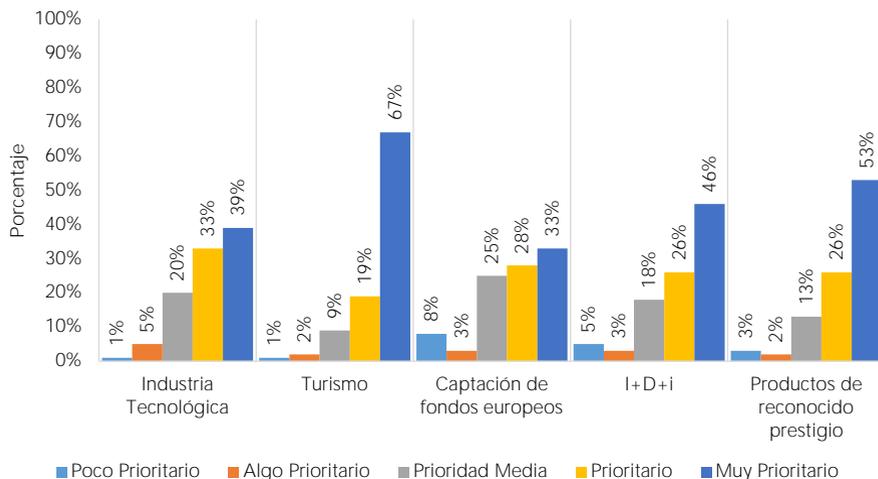


Figura 10. Economía y Emprendimiento (encuestas presenciales)



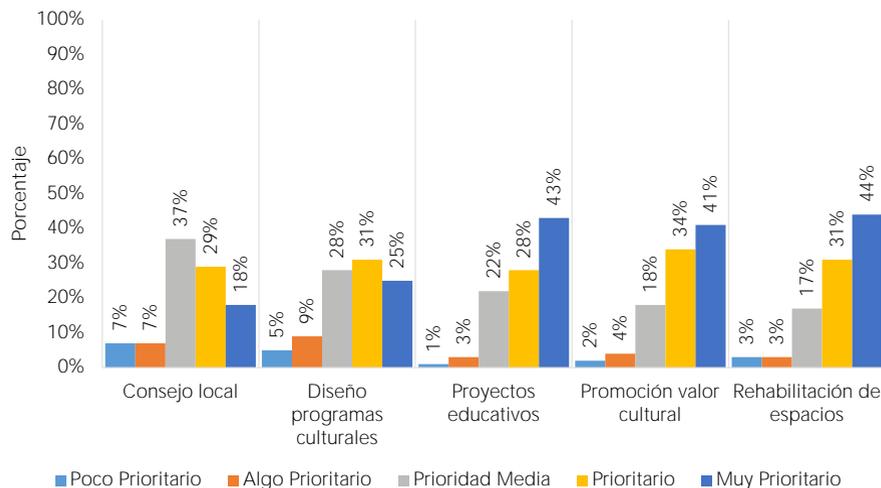
DEPORTE

En relación a las acciones a emprender relacionadas con el deporte, los resultados muestran que todas las preguntas obtienen un porcentaje similar de elección en la alternativa de respuesta intermedia (Figura 9). De todas ellas, las preguntas relacionadas con destinar recursos a realizar campañas informativas que incrementen la práctica deportiva entre la ciudadanía y la dotación de parques para practicar deporte son las menos prioritarias con respecto a la demás. No obstante, las diferencias entre las alternativas de respuestas del resto de preguntas no difiere significativamente.

ECONOMÍA Y EMPRENDIMIENTO

De entre las acciones preguntadas a la ciudadanía con respecto a la economía y el emprendimiento, los ciudadanos han valorado con mayor prioridad el destinar recursos por parte del Ayuntamiento para tratar de diversificar la economía de la ciudad hacia el sector del turismo (67%). Igualmente, aunque en menor medida, se valoró como muy prioritario que el Ayuntamiento invierta en fomentar la imagen de productos de Huelva con prestigio y reconocimiento (53%), y en fomentar la I+D+i junto a la Universidad (46%). Las acciones relativas a destinar recursos para tratar de diversificar la economía hacia el sector tecnológico (39%), así como la captación de fondos europeos (33%) han sido valoradas con una menor prioridad que las anteriores, tal y como se observa en la Figura 10.

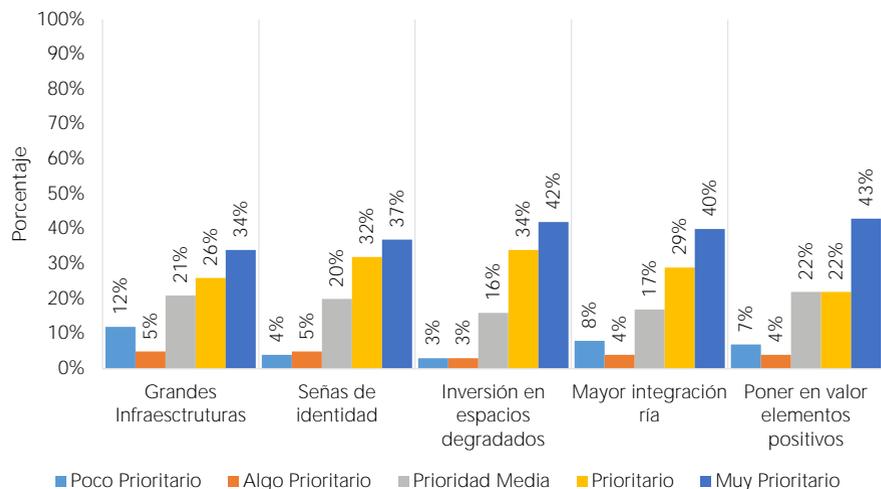
Figura 11. Cultura (encuestas presenciales)



CULTURA

De entre las preguntas relativas a la cultura, la acción que contó con un mayor porcentaje de alta prioridad fue la rehabilitación de espacios para la instalación de actividades culturales (44%). El 43% de los ciudadanos considero 'muy prioritario' las acciones relativas a la puesta en marcha de proyectos educativos sobre el patrimonio cultural de Huelva, y un 41% en la de invertir para promocionar el valor cultural de Huelva. Las preguntas relativas a la creación de un consejo local de cultura para la gestión de los eventos culturales, y a la participación de la ciudadanía en el diseño de programas culturales fueron valoradas principalmente con una prioridad media (Figura 11).

Figura 12. Turismo (encuestas presenciales)



TURISMO

En la mesa de Turismo, las preguntas que son consideradas por los ciudadanos como muy prioritarias están alrededor del 40% (Figura 12). Entre éstas se encuentran que el Ayuntamiento ponga en valor elementos positivos de la ciudad (43%), invertir en espacios degradados para mejorar su imagen y acondicionamiento (42%), y buscar una mayor integración de la Ría (40%). Sensiblemente inferior al 40% se encuentran las acciones relativas a que el Ayuntamiento publicite las señas de identidad de la ciudad de Huelva (37%), y que el Ayuntamiento reclame inversión en grandes infraestructuras para que pueda atraer un mayor turismo (34%).

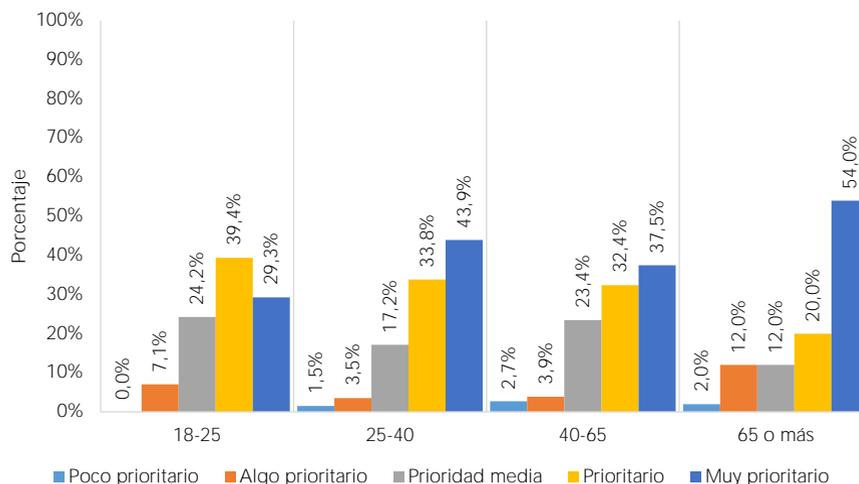
DIFERENCIAS POR EDAD

Las figuras anteriores han mostrado cuál es la opinión con respecto a las acciones propuestas en cada una de las mesas de expertos. No obstante, se ha encontrado que algunas de estas preguntas presentan diferencias según el rango de edad de los encuestados. A continuación, se presentan las respuestas que ha dado la ciudadanía a aquellas preguntas en las que se han detectado diferencias en función del rango de edad.

La pregunta que genera mayores diferencias con respecto a la elección de la alternativa de respuesta ‘muy prioritario’ corresponde a la diversificación de la economía hacia la industria tecnológica. Se observa en la Figura 13 que las valoraciones de los ciudadanos se centran en la opción de respuesta muy prioritario en casi todos los grupos de edad, siendo los encuestados de 65 o más años los que mayor porcentaje obtienen en esta pregunta (55,4%), seguido de los ciudadanos de 25-40 años (53,9%), y 40-65 años (37,5%). Por otro lado, los encuestados de 18-25 son los que valoran esta pregunta como prioritaria (39,4%). Con respecto al resto de opciones de respuesta, se encuentran en porcentajes menores en todos los grupos de edad, siendo las opciones de respuesta poco y algo prioritario las que obtienen los porcentajes de respuesta más bajos.

Otra de las preguntas en las que se han detectado diferencias en función del grupo de edad es la relativa a la inversión de espacios degradados. Se observa en la Figura 14 que las valoraciones de los ciudadanos se centran en la opción de respuesta muy prioritario en casi todos los grupos de edad (muy similar en el grupo de 18 a 25 años). Los encuestados de 65 o más años son quienes mayor porcentaje de respuesta asignan a la alternativa ‘muy prioritario’ en esta pregunta (48%), seguido de los

Figura 13. Diferencias por edad. Industria Tecnológica (encuestas presenciales)



ciudadanos de 25-40 (40,9%), y 40-65 años (36,3%). Por otro lado, los encuestados de 18-25 años valoran con un 38,4% esta pregunta como prioritaria y a su vez con un 37,4% como muy prioritaria. Con respecto al resto de opciones de respuesta, se encuentran en porcentajes menores en todos los grupos de edad, siendo las opciones de respuesta poco y algo prioritario las que obtienen los porcentajes de respuesta más bajos.

Dentro del ámbito del desarrollo y bienestar personal y social, en la pregunta sobre la creación de una guía de servicios sociales se observa en la Figura 15 que son los ciudadanos del rango de edad de 65 o más años los que valoran esta acción como muy prioritaria (60%); además un 50% de los ciudadanos del rango de 40-65 años opinan que es muy prioritaria también. Esto es, a mayor edad de los entrevistados, mayor prioridad se observa para esta acción. Como se observa en la figura, en los otros dos rangos de edad establecidos, la opinión se reparte desde las opciones de prioridad media hasta muy prioritario, siendo los porcentajes de respuesta similares.

Figura 14. Diferencias por edad. Inversión en espacios degradados (encuestas presenciales)

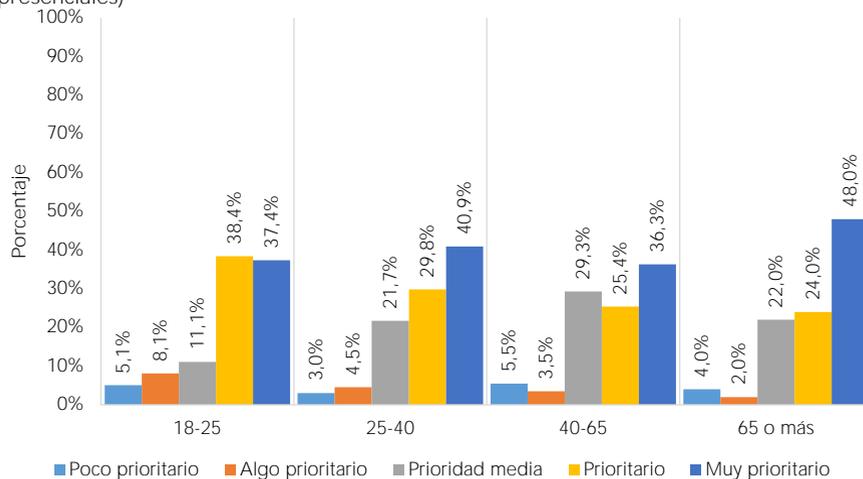
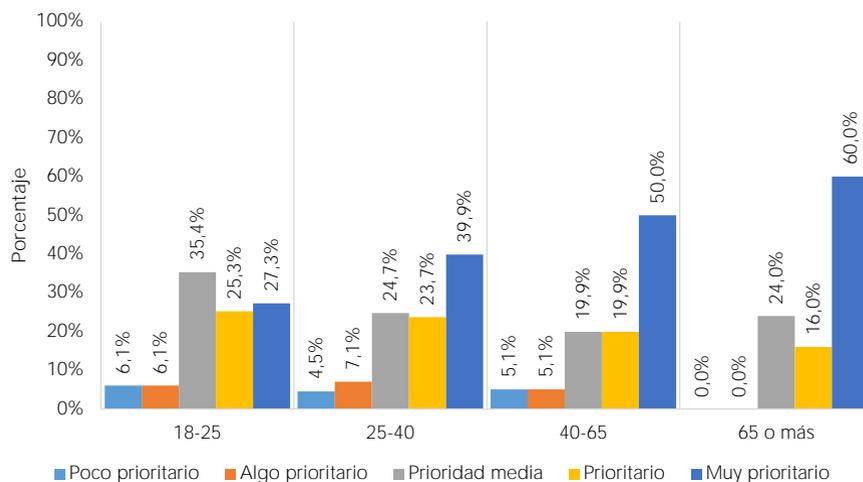


Figura 15. Diferencias por edad. Servicios Sociales (encuestas presenciales)



Con respecto a la creación de un área metropolitana verde, las valoraciones de los ciudadanos se centran en la opción de respuesta muy prioritario en algunos grupos de edad (Figura 16). Concretamente, y de manera contraria a lo que ocurre en la pregunta anterior, son los encuestados de 25-40 años los que con mayor porcentaje se sitúan en la alternativa de ‘muy prioritario’ (38,4%), y porcentajes ligeramente inferior en el grupo de 18-25 años (32,3%) y seguido de los ciudadanos de 40-65 (31,3%). La ciudadanía de 65 o más años es la que menos prioridad asignan a esta acción (36%).

Por otro lado, los valores del resto de opciones de respuesta se encuentran en porcentajes menores en todos los grupos de edad, siendo las opciones de respuesta poco y algo prioritario las que obtienen los porcentajes de respuesta más bajos.

Al preguntar sobre la necesidad de invertir recursos para captar fondos europeos (Figura 17), las valoraciones de los ciudadanos se centran en la opción de respuesta muy prioritario en casi todos los grupos de edad, siendo los encuestados de 65 o más años los que mayor porcentaje asignan a un alta prioridad (42%), seguido de los ciudadanos de 40-65 años (40,6%). Por otro lado, los encuestados de 25-40 años y los de 15-25 años asignan una menor prioridad a esta pregunta.

En la pregunta sobre la implicación del ayuntamiento en la realización de eventos deportivos (Figura 18), son los ciudadanos del rango de edad 18-25 años los que valoran esta pregunta como muy prioritaria (39,4%). También destacar que un 34% de la muestra de más de 65 años señala esta acción como ‘muy prioritaria’. Por el contrario, son los ciudadanos de entre 25-40 años y aquellos que tienen entre 40-65 años los que dan una menor prioridad a esta acción.

Figura 16. Diferencias por edad. Área metropolitana verde (encuestas presenciales)

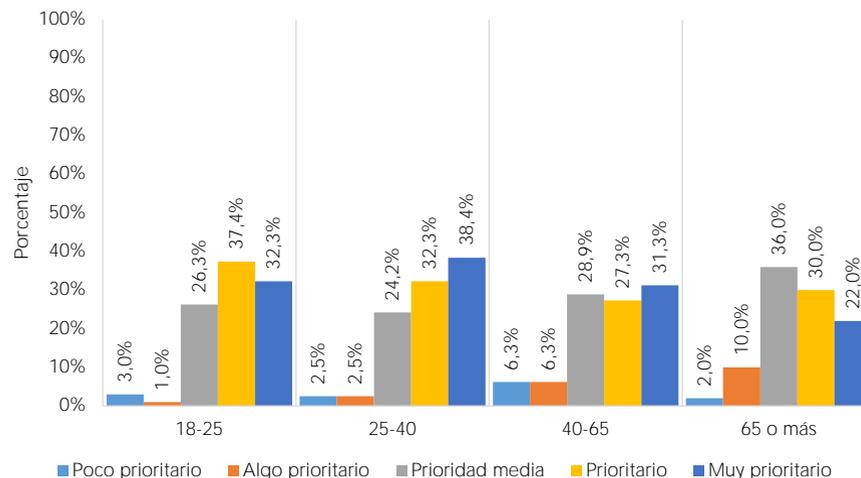


Figura 17. Diferencias por edad. Captación de fondos europeos (encuestas presenciales)

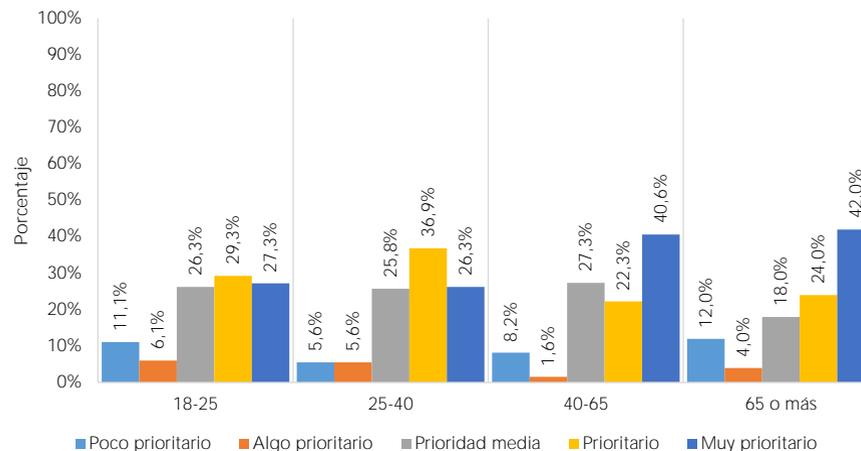
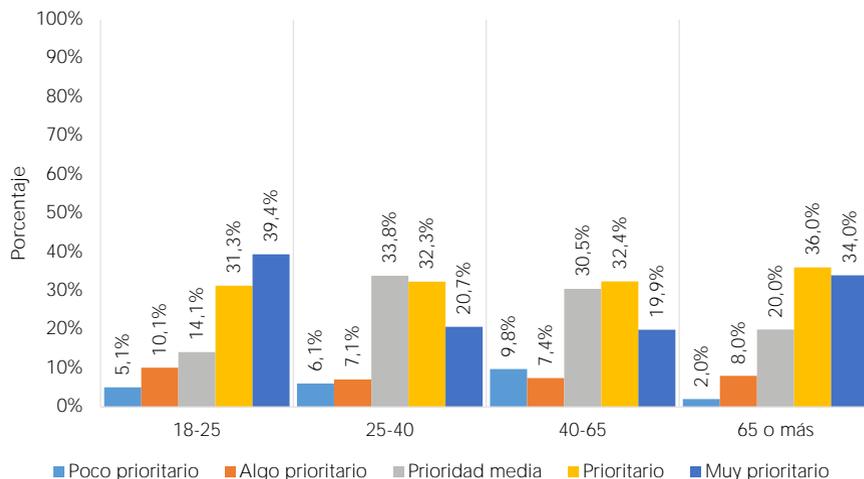
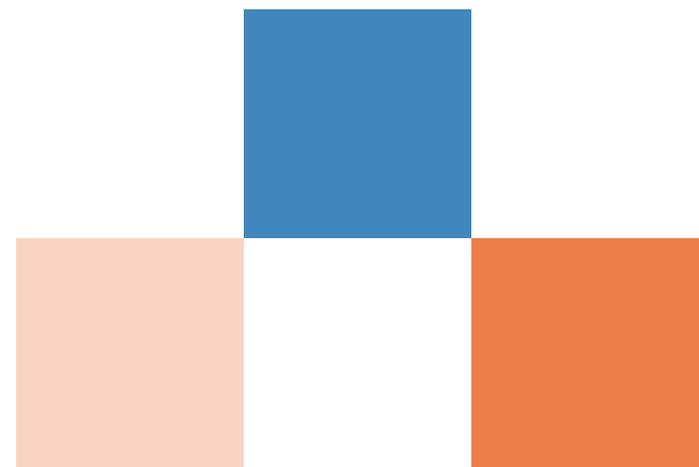
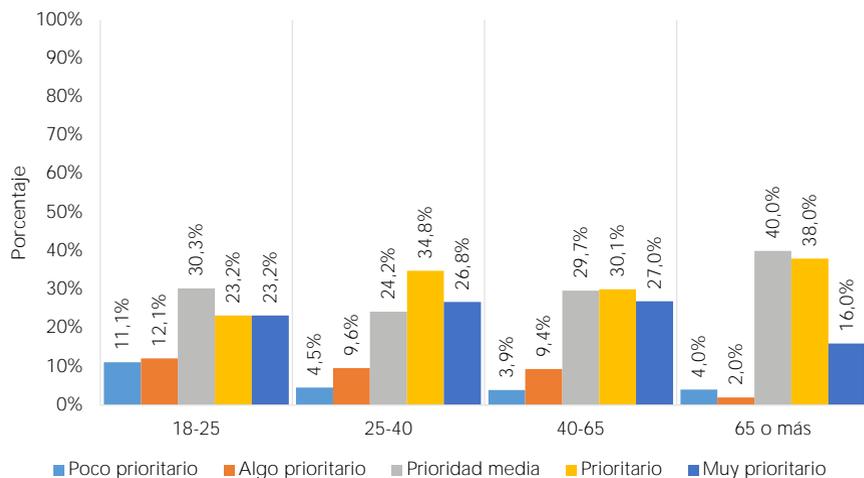


Figura 18. Diferencias por edad. Eventos deportivos (encuestas presenciales)



Otro de los ítems en el que se ha detectado diferencias según el rango de edad analizado es aquella pregunta sobre la implicación de la ciudadanía en el diseño de programas culturales. Al analizar la prioridad sobre esta acción, en la Figura 19 se observa que las valoraciones de los encuestados se centran entre las opciones ‘prioridad media’ hasta ‘muy prioritario’ principalmente. La ciudadanía de 65 o más años son quienes valoran esta pregunta tanto con prioridad media (40%) como prioritaria (38%). Además, los encuestados de 40-65 años valoran esta pregunta con porcentajes muy similares en ‘prioridad media’, ‘prioritario’ y ‘muy prioritario’. Por otro lado, los ciudadanos de 25-40 años valoran esta pregunta como prioritaria (34.8%). Finalmente, parece que son los más jóvenes, aquellos que tienen una edad comprendida entre los 18-25 años, quienes menos prioridad asignan a esta acción.

Figura 19. Diferencias por edad. Diseño de programas culturales (encuestas presenciales)



DIFERENCIAS POR GÉNERO

Al analizar las diferencias por género, en la encuesta presencial no se han detectado demasiadas preguntas en las que difieran. Concretamente, han sido tres las preguntas en las que se observan diferencias estadísticamente significativas. Éstas son las que hacen referencia a alejar los espacios contaminados, la implantación de un comedor social y que el ayuntamiento invierta en la diversificación de la economía hacia la industria tecnológica.

En la Figura 20 se muestran los porcentajes de respuestas relativos a la pregunta sobre alejar los espacios contaminados. Se observa que esta acción es más prioritaria para las mujeres que para los hombres, con una diferencia aproximada de un 7% entre ambos géneros.

De manera análoga a la pregunta anterior, al preguntar por la instauración de un servicio de comedor social, la valoración de las mujeres como ‘muy prioritaria’ supera en 11 puntos porcentuales a la valoración que hacen los hombres (Figura 21).

En cambio, al preguntar por la diversificación de la economía hacia la industria tecnológica, un 44,9% de los hombres valora esta acción como muy prioritaria, frente a un 34,4% de las mujeres (Figura 22).

DIFERENCIAS SEGÚN DISTRITO

El análisis según los distritos muestra que algunas de las acciones preguntadas a la ciudadanía poseen un impacto diferente en función del lugar en el que se realizaron las entrevistas. En este sentido, una de las acciones que muestra un impacto diferencial según el distrito es la acción relativa al empleo de fondos para diversificar la economía hacia el turismo. Aunque esta acción es muy

Figura 20. Diferencias por sexo. Alejar espacios contaminados (encuestas presenciales)

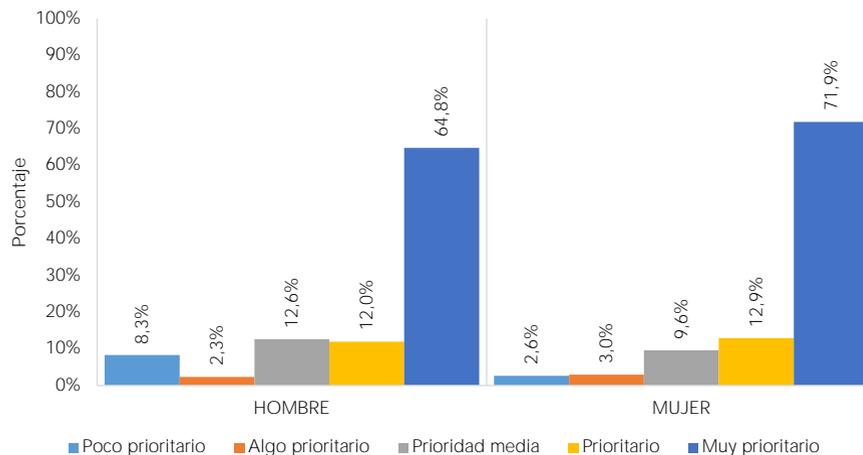
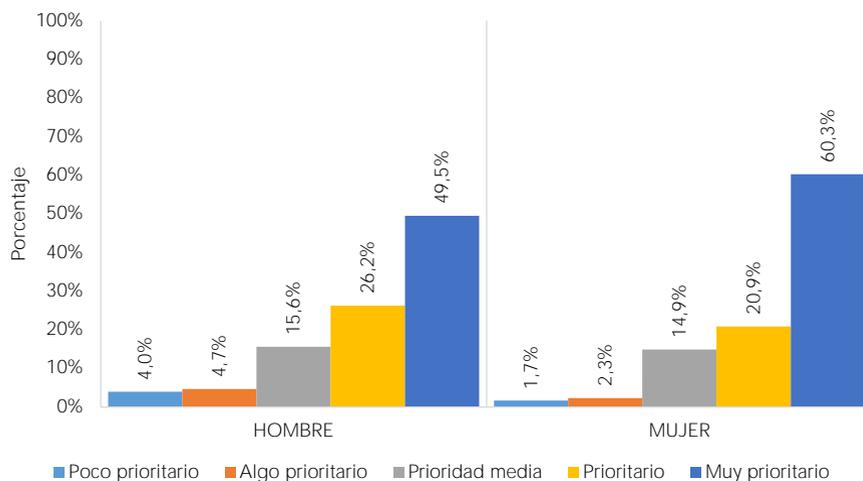


Figura 21. Diferencias por sexo. Comedor Social (encuestas presenciales)



prioritaria en todos los distritos, como se observa en la Figura 23, el porcentaje de apoyo a esta acción varía. Así, en los distritos 6 y 7 son en los que menos apoyo recaba esta acción (siempre considerando que la mayoría de los/as encuestados/as la considera muy prioritaria). Por el contrario, el mayor apoyo a esta acción está en el distrito 5, alcanzando un 83,6%.

Figura 22. Diferencias por sexo. Industria tecnológica (encuestas presenciales)

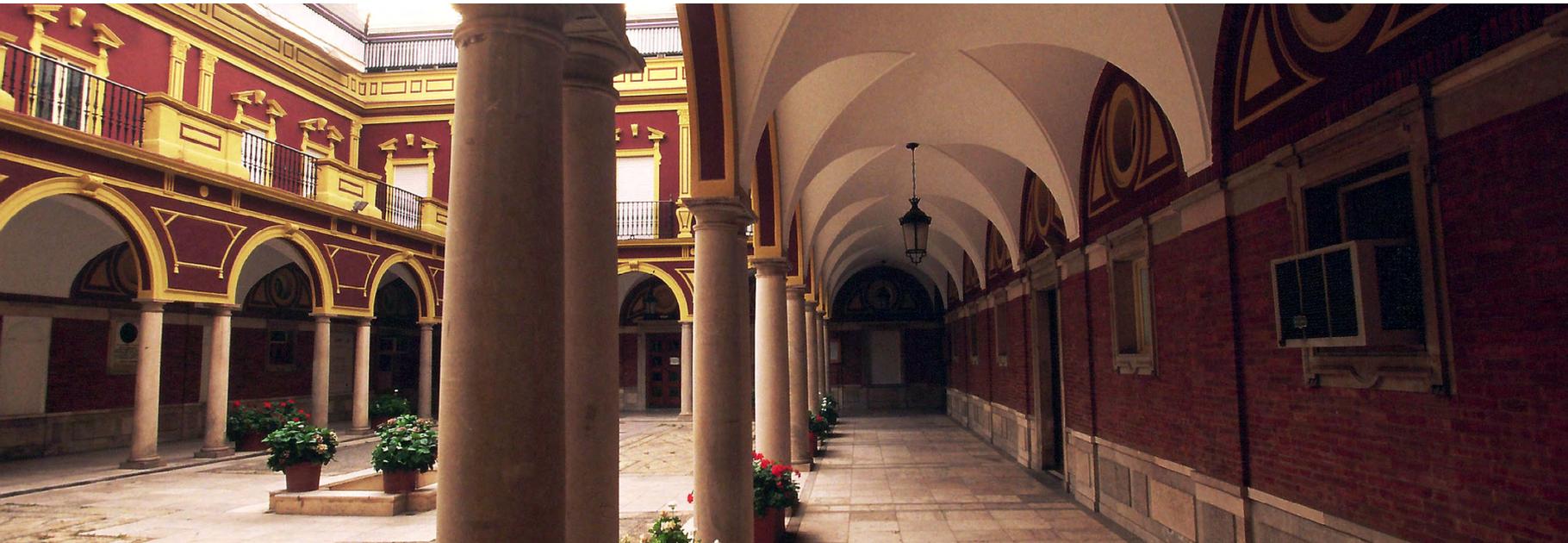
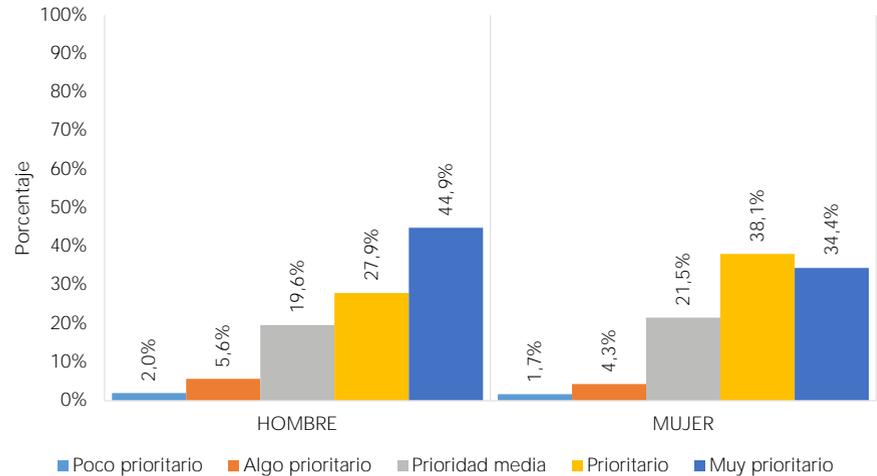


Figura 23. Diferencias por distrito. Diversificar la economía hacia el turismo (encuestas presenciales)

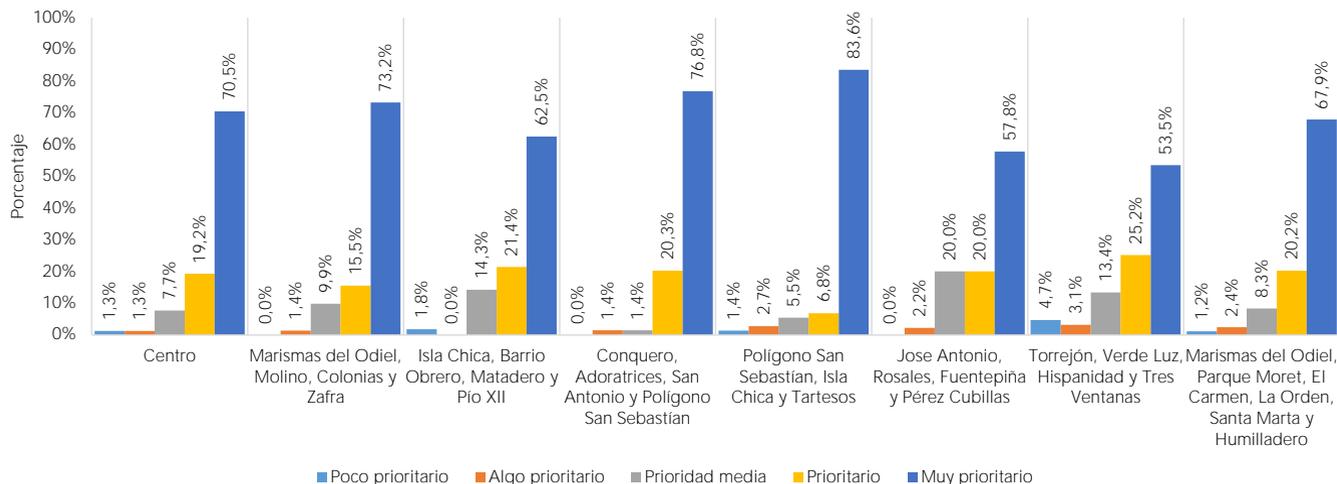
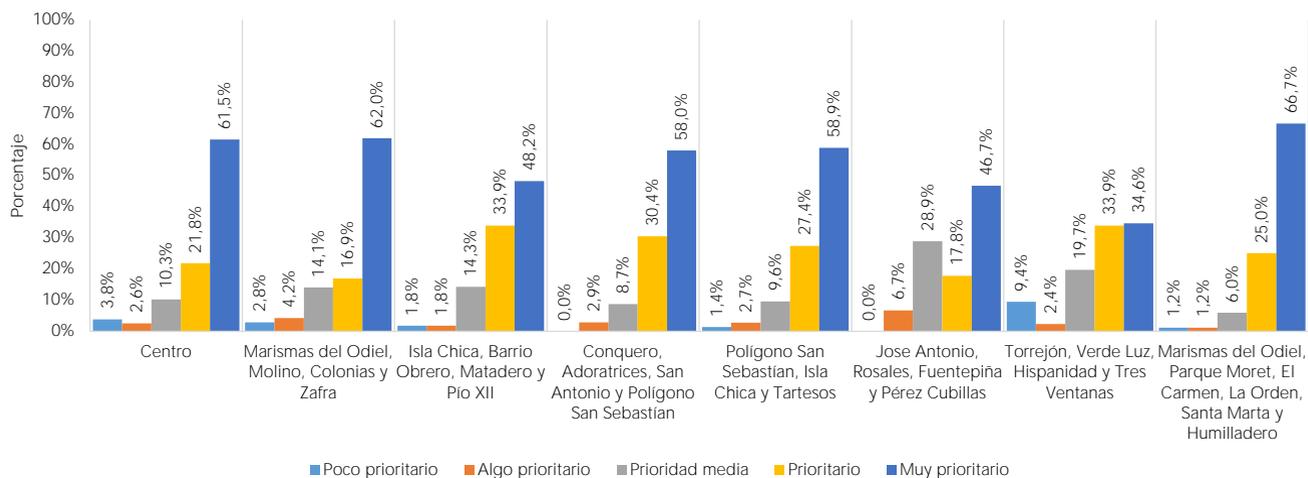


Figura 24. Diferencias por distrito. Productos de reconocido prestigio (encuestas presenciales)



Otra de las acciones planteadas desde la mesa de Economía y Emprendimiento, la relativa hacia la inversión por parte del Ayuntamiento de Huelva en la promoción de productos de reconocido prestigio vinculados a esta ciudad, también presenta un apoyo diferencial según el distrito analizado. Como se observa en la Figura 24, esta acción es considerada claramente como muy prioritaria por todos los distritos excepto por el distrito 7. En éste, existe una mayor diversificación sobre la prioridad que le conceden. Por el contrario, la ciudadanía perteneciente al distrito 8 es quien ha otorgado una mayor prioridad a esta acción.

La acción relativa a la puesta en marcha de un comedor social también es considerada con diferente grado de prioridad según los distritos en los que

se realizó la encuesta. Como se observa en la Figura 25, en el distrito centro y en el distrito 7 es donde menos prioridad se asigna a esta acción, no llegando a un 50% de máxima prioridad. Por el contrario, en los distritos 4, 6 y 8 esta acción es claramente considerada muy prioritaria por sus residentes.

Al preguntar a la ciudadanía por la creación de un servicio de emergencia social, se observa (Figura 26) que en el distrito centro el apoyo a esta acción se divide entre quienes la consideran 'muy prioritaria' y quienes consideran que esta acción tiene una 'prioridad media'. En los distritos 2 y 3 la máxima prioridad a esta acción tampoco alcanza el 50% y sólo en los distritos 6 y 8 el porcentaje de ciudadanos/as que asignan la máxima prioridad supera el 66%.

Figura 25. Diferencias por distrito. Comedor social (encuestas presenciales)

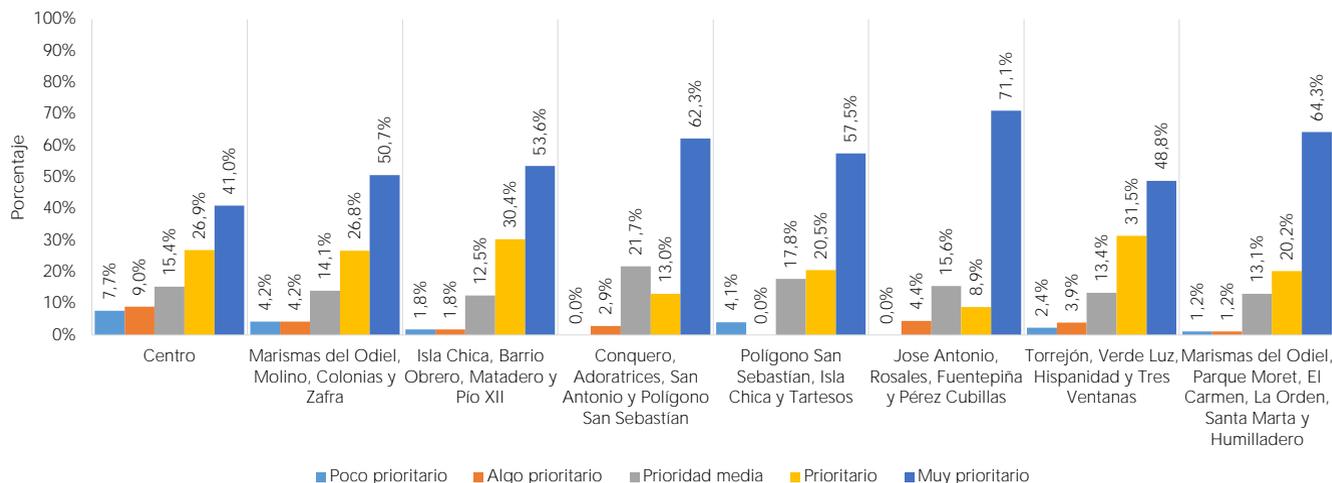
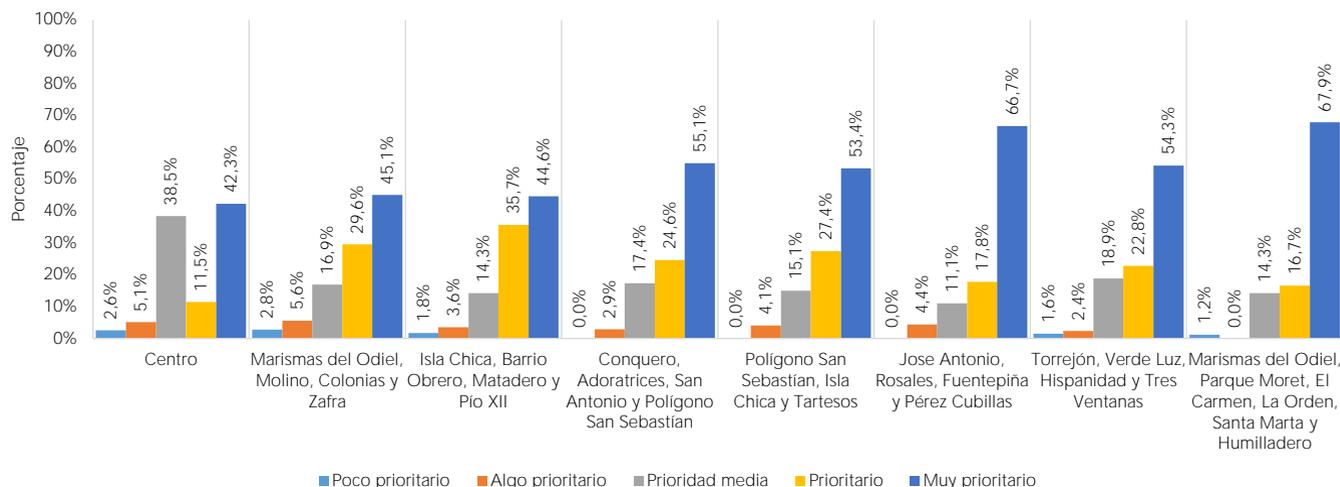


Figura 26. Diferencias por distrito. Emergencia social (encuestas presenciales)



En la mesa de Turismo, una de las acciones que genera diferencias en las respuestas de la ciudadanía según el distrito es la relativa a la inversión en espacios degradados (p. ej. zona de Francisco Montenegro, cabezos, etc.). Como se observa en la Figura 27, esta acción no posee el mayor grado de prioridad en los distritos 2, 3 y 4. Sólo en los distritos 1, 5 y 8 esta acción supera el 50% de respuestas entre quienes consideran que es muy prioritaria ejecutarla por parte del Ayuntamiento.

La pregunta de la mesa de Urbanismo, Movilidad sostenible e Infraestructuras relativa a la inversión en mejorar los trasportes

urbanos es de las que presenta una mayor disparidad de opiniones según los distritos (Figura 28). Cabe señalar que en ningún distrito esta acción ha sido considerada por más del 50% como muy prioritaria. En los distritos en los que la ciudadanía ha mostrado una mayor prioridad son los distritos 1, 6 y 8. En el resto de distritos la población ha asignado principalmente un grado de prioridad media.

Finalmente, cabe señalar que la mayor división de opiniones por distritos se encuentra en la pregunta relativa al encapsulado de fosfoyesos. En la Figura 29 se observa que

los distritos 1, 2 y 3 consideran que esta acción debería ser 'muy prioritaria' para el Ayuntamiento de Huelva. En el resto de distritos, por el contrario, se considera que esta acción debería ser 'poco prioritaria' para el Ayuntamiento. Así pues, se observa que es una acción que polariza a la población de Huelva, con un fuerte impacto según el distrito que se analice.

Figura 27. Diferencias por distrito. Inversión en espacios degradados (encuestas presenciales)

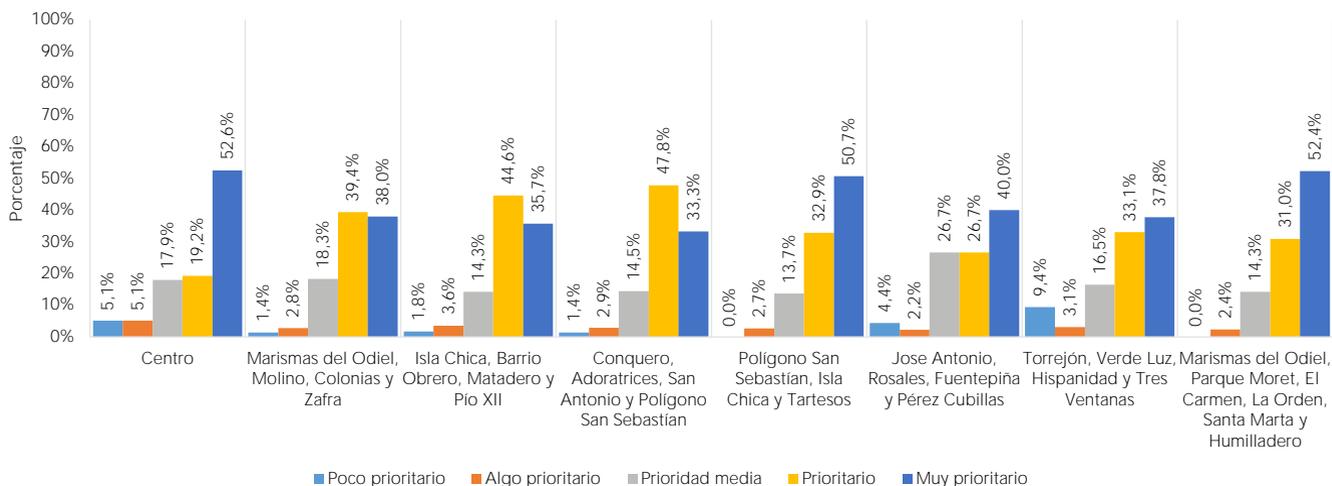


Figura 28. Diferencias por distrito. Transporte urbano (encuestas presenciales)

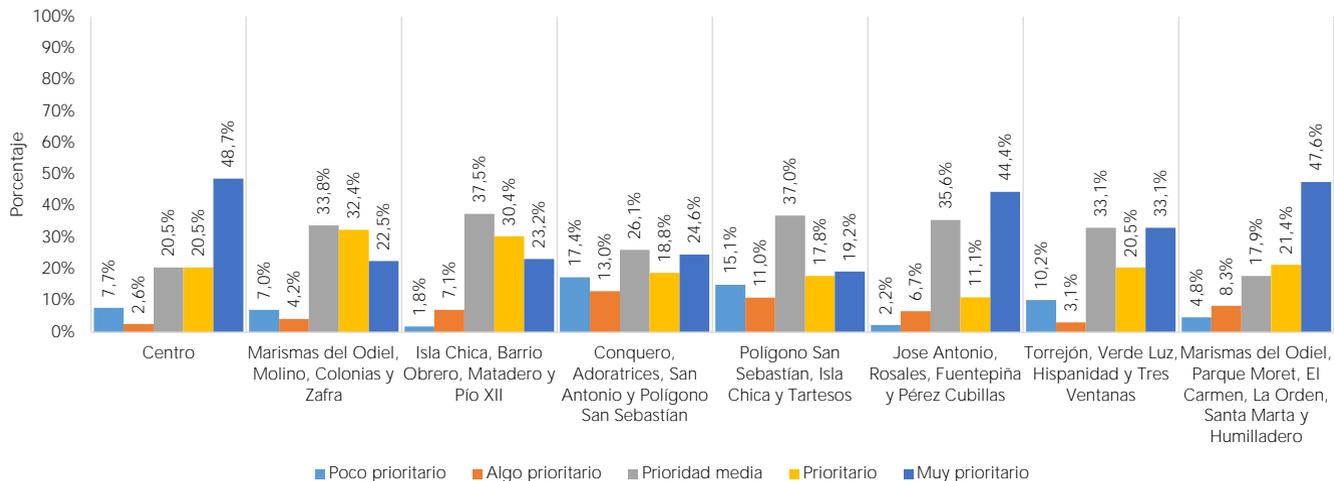
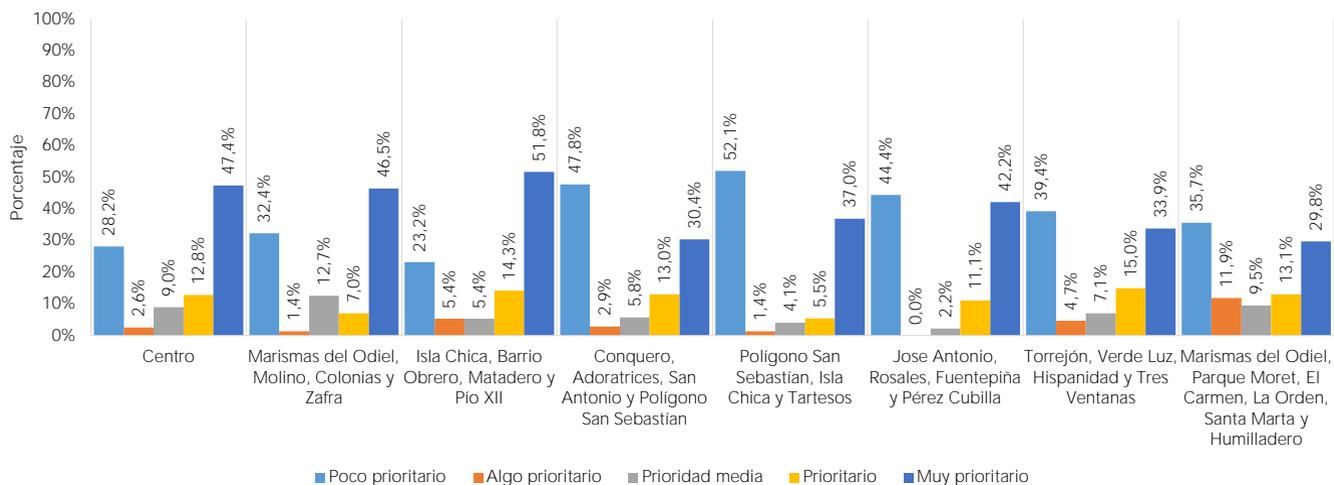


Figura 29. Diferencias por distrito. Encapsulado de fosfoyesos (encuestas presenciales)



5.2. ENCUESTAS ONLINE

La información relativa a las encuestas *online* ha sido recogida a través de la página web <http://huelvaestrategia2025.com>. En esta página web se dispuso el mismo cuestionario que fue administrado en la encuesta presencial, para que cualquier ciudadano/a que quisiera, pudiera complimentar la encuesta.

Hay que tener presente que los resultados de esta encuesta on-line no pueden considerarse representativos de la población de Huelva. Han sido los/as ciudadanos/as que han estado motivados/as por hacer el cuestionario, quienes lo han realizado. Así pues, se trata de una muestra que está interesada en participar en la estrategia Huelva 2025, pero no necesariamente debe ser representativa de la población de Huelva. Por ello, los resultados que se muestran a continuación deben ser interpretados en estos términos.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Los datos muestran que la edad media de las personas encuestadas es de 35,47 (DT=11,25). Al agrupar la edad por rangos se encuentra que la mayoría de la población está en el rango de 25-40 años (47%), seguido del rango de 40-65 años (31%) y del de 15-25 años (22%). Por otro lado, el rango de menor porcentaje es de 65 o más años (0.2%).

Los datos muestran además que hay más porcentaje de hombres (60,7%) que de mujeres (39,3%) respondiendo esta encuesta.

Con respecto al nivel de estudios, la mayoría de la muestra tiene estudios universitarios (67%), seguidos de estudios de bachiller, formación profesional o similares (29%). Por el contrario, tan solo un 4% de la muestra tiene estudios primarios finalizados.

El 91% de la ciudadanía respondió que le gustaría seguir residiendo en la ciudad de Huelva. Sin embargo, un 80% piensa que en los próximos años continuará residiendo en Huelva. Esto es, hay un 9% de los/as encuestados/as que consideran probable que no residan en Huelva en los próximos años, a pesar de que sí lo desearían. El motivo más señalado para no residir en los próximos años fue 'motivos laborales' (16%), seguido por considerar que en los pueblos de alrededor de Huelva pueden obtener una mejor calidad de vida (3%).

Con respecto a los códigos postales, se encuentra que el 21002 y el 21005 son los que mayor porcentaje de participación muestran (17%, cada uno), seguido del código 21006 con un 16% de participación. Por otro lado, el código postal 21003 ha sido el que menor porcentaje de participación ha obtenido (10%).

DESARROLLO Y BIENESTAR PERSONAL Y SOCIAL

De las acciones preguntadas y correspondientes a la mesa de *Desarrollo y bienestar personal y social*, la ciudadanía ha asignado una mayor prioridad a la acción relativa a la

rehabilitación de los edificios para destinarlos a ONG's (36%). Las acciones orientadas a la puesta en marcha de un comedor social y evaluar el impacto de las acciones municipales poseen el máximo porcentaje en la alternativa que señala un grado de prioridad media, tal y como se observa en la Figura 30. Por otro lado, las preguntas relativas a la creación de una guía de servicios sociales y a la puesta en marcha de un servicio de emergencia social, poseen un grado de prioridad superior a las anteriores. Destaca, por su prioridad media asignada por la población, la acción relativa a la evaluación del impacto de las acciones sociales que el Ayuntamiento de Huelva tiene en marcha.

URBANISMO, MOVILIDAD SOSTENIBLE E INFRAESTRUCTURAS

Al igual que ocurría en los resultados de las encuestas presenciales, en los resultados de las encuestas *online* y en relación a las acciones relativas al urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras, se observa que la mayoría de las acciones planteadas han sido valoradas por la muestra de encuestados como 'muy prioritarias' (Figura 31). Se observa que la acción relativa a alejar los espacios contaminados es la acción con mayor prioridad para quienes han respondido (70%), seguida de que el Ayuntamiento reclame de manera prioritaria infraestructuras interurbanas ferroviarias y de carreteras (68%), y de que el Ayuntamiento de Huelva convierta en señas de identidad

(y por ello, mejorarlas) zonas con alto valor ecológico (67%). Además, un 50% de los encuestados consideran prioritario que el Ayuntamiento debería invertir en restos arqueológicos y lugares emblemáticos de la ciudad de Huelva. Por otro lado, un menor porcentaje (32%) considera que participe en la implantación de una plataforma logística en el puerto de Huelva, junto con un 36% de los encuestados que considera que el Ayuntamiento invierta en mejorar el transporte urbano.

Figura 30. Desarrollo y bienestar personal y social (encuestas *online*)

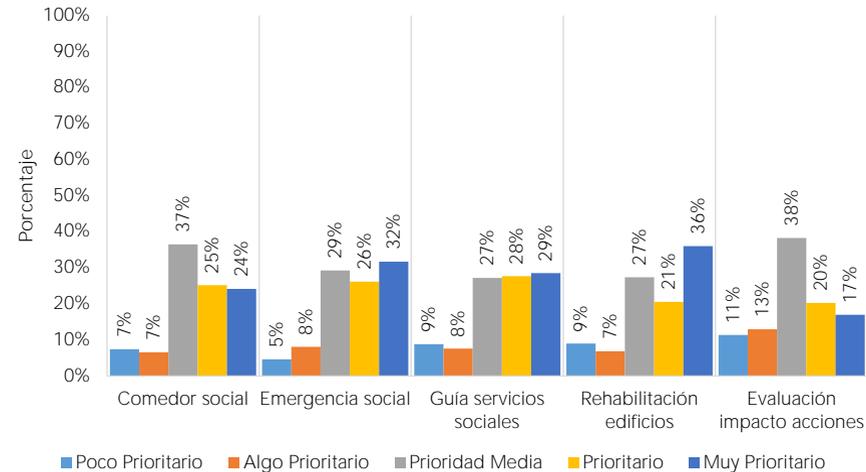
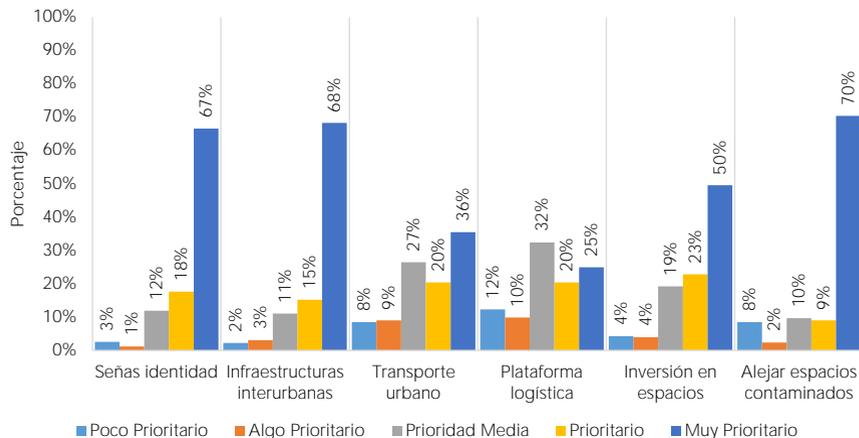


Figura 31. Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras (encuestas *online*)

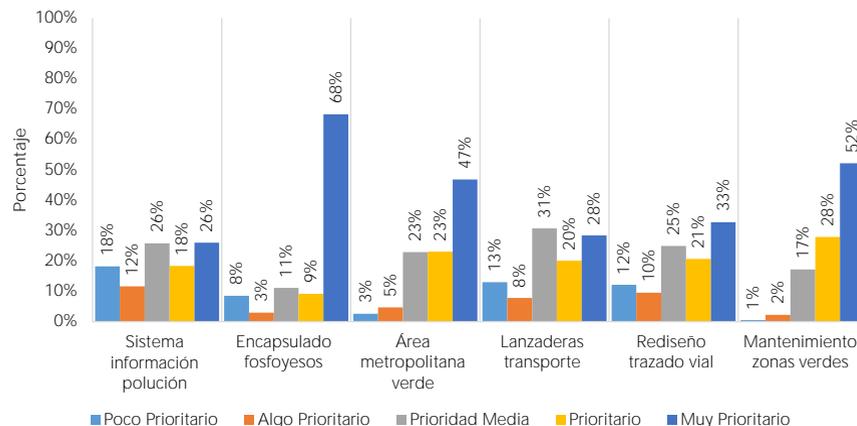


MEDIO AMBIENTE Y SALUD

En las preguntas relativas al medio ambiente y la salud, los participantes en esta encuesta *online* han considerado que la mayor prioridad de las acciones planteadas es el encapsulamiento de los fosfoyesos (68%) (Figura 32). De acuerdo con los resultados, también consideran de manera muy prioritaria que el Ayuntamiento de Huelva se implique activamente en el mantenimiento de las zonas verdes y que construya un área metropolitana verde.

Por otro lado, en las preguntas relativas a la creación de un sistema de información de la polución, la puesta en marcha de un sistema de lanzaderas de transporte y el rediseño del trazado vial, los encuestados *online* reparten sus respuestas desde una prioridad media a muy alta.

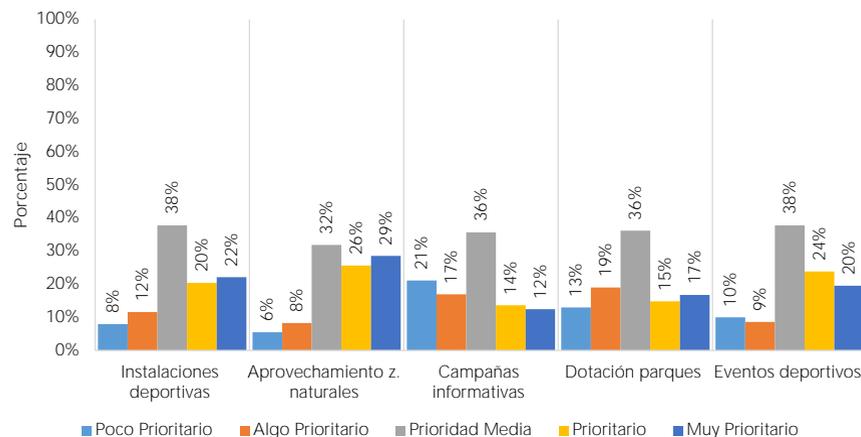
Figura 32. Medio ambiente y salud (encuestas *online*)



DEPORTE

De manera análoga a lo que ocurría en las encuestas presenciales, al analizar el porcentaje de respuestas de las acciones correspondientes a la mesa de deporte de las personas que han realizado el cuestionario *online*, se observa que las preguntas obtienen casi el mismo porcentaje de elección en la alternativa de respuesta 'prioridad media' (Figura 33). La acción que tiene un mayor grado de prioridad es la relativa al aprovechamiento de los espacios naturales para la práctica deportiva (29%). Por otro lado, las preguntas relacionadas con la mejora de instalaciones deportivas y la realización de eventos deportivos son las más 'prioritarias' con respecto a la demás (38%, cada una). Un porcentaje ligeramente inferior se observa en las preguntas relativas a destinar recursos a realizar campañas informativas que incrementen la práctica deportiva entre la ciudadanía y la dotación de parques para practicar deporte (36%, cada una).

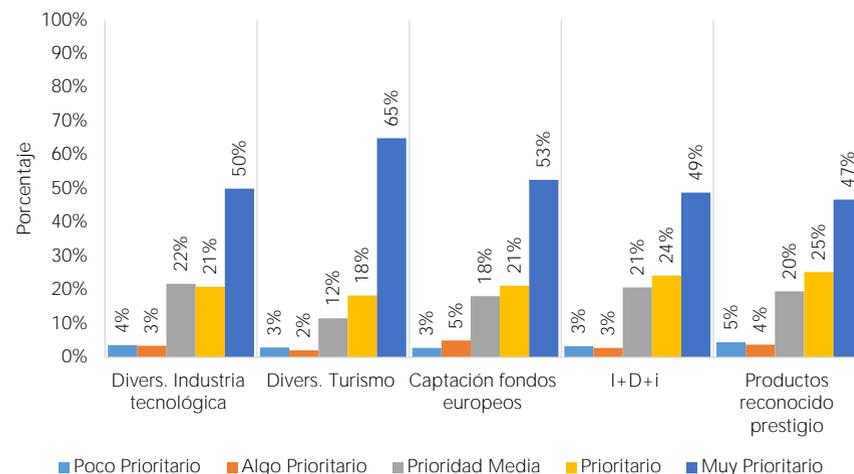
Figura 33. Deporte (encuestas *online*)



ECONOMÍA Y EMPRENDIMIENTO

En las preguntas relativas a las acciones sobre economía y emprendimiento, los participantes en la encuesta *online* han valorado con mayor prioridad el destinar recursos por parte del Ayuntamiento para tratar de diversificar la economía de la ciudad hacia el sector del turismo (65%) (Figura 34). Igualmente, aunque en menor medida, se valoró como muy prioritario la captación de fondos europeos (53%), así como destinar recursos para tratar de diversificar la economía hacia el sector tecnológico (50%). Porcentajes ligeramente inferiores se observan en las acciones relativas a que el Ayuntamiento invierta en fomentar la imagen de productos de Huelva con prestigio y reconocimiento (47%), y fomentar la I+D+i junto a la Universidad (49%).

Figura 34. Economía y emprendimiento (encuestas *online*)



CULTURA

De entre las preguntas relativas a la cultura, la acción que contó con un mayor porcentaje de alta prioridad fue la rehabilitación de espacios para la instalación de actividades culturales (65%) (Figura 35). Un porcentaje de 'muy prioritario' del 42% se encontró en las acciones relativas a la puesta en marcha de proyectos educativos sobre el patrimonio cultural de Huelva, y un 40% en la de invertir para promocionar el valor cultural de Huelva. Las preguntas relativas a la creación de un consejo local de cultura para la gestión de los eventos culturales, y a la participación de la ciudadanía en el diseño de programas culturales fueron valoradas principalmente con una prioridad media.

Figura 35. Cultura (encuestas *online*)

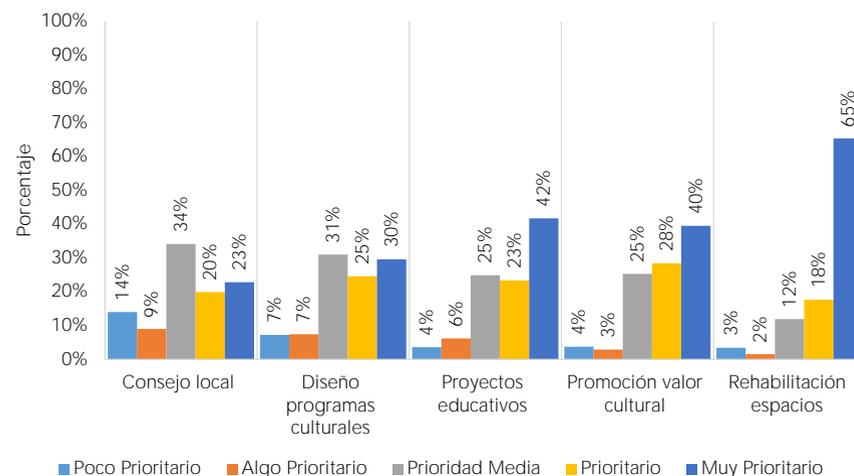
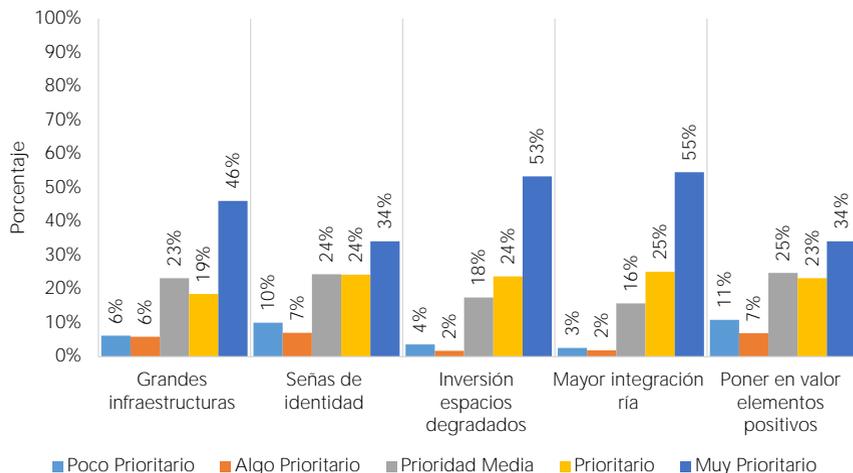


Figura 36. Turismo (encuestas *online*)



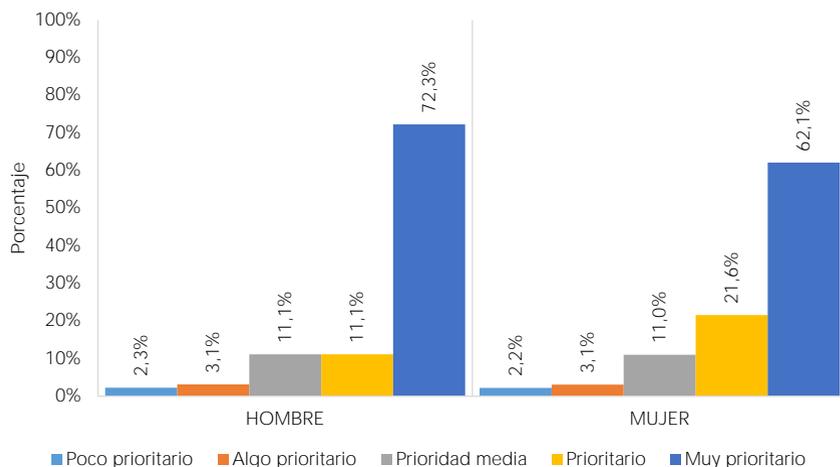
TURISMO

En la mesa de *Turismo*, la pregunta que los ciudadanos consideran como más prioritaria es la de conseguir una mayor integración de la Ría (55%), además de invertir en espacios degradados para mejorar su imagen y acondicionamiento (53%) y de reclamación de inversión en grandes infraestructuras (46%) (Figura 36). Por otro lado, los encuestados han valorado que tanto el Ayuntamiento ponga en valor elementos positivos de la ciudad, como generar y publicitar las señas de identidad de la ciudad de Huelva, con menor prioridad con respecto al resto (34% cada una).

DIFERENCIAS POR SEXO

El análisis en función del género sobre las respuestas que han dado a las diferentes acciones se muestra a continuación.

Figura 37. Diferencias por sexo. Infraestructuras interurbanas (encuestas *online*)



Como se observa en la Figura 37, existen diferencias según el sexo entre quienes han contestado online a la pregunta relativa a la inversión en infraestructuras interurbanas. Tanto los hombres como las mujeres consideran esta acción como 'muy prioritaria'. Sin embargo, la diferencia entre ambos grupos poblaciones es de 10 puntos porcentuales.

De manera análoga, cuando se pregunta acerca de que el Ayuntamiento de Huelva invierta para conseguir una mayor integración de la Ría en la ciudad, ambos grupos reparten sus valoraciones entre las opciones de respuesta 'prioridad media' hasta 'muy prioritario', y tanto los hombres (61,1%) como las mujeres (44,5%) valoran esta pregunta como muy prioritaria (Figura 38). En el caso del grupo de las mujeres, un 30% valora esta

pregunta como prioritaria y un 18,5% como prioridad media. En el grupo de los hombres, un 22% consideran esta pregunta como prioritaria y un 14% como prioridad media.

Dentro de las acciones delimitadas en la mesa de Turismo, en la pregunta relativa a la inversión en espacios degradados, las opiniones de los hombres se muestran principalmente en la opción de respuesta muy prioritario (58%) (Figura 39).

En las mujeres esta alternativa también es la más elegida, aunque con una diferencia de más del 10%.

Se observan también claras diferencias entre hombres y mujeres en la prioridad que estos grupos conceden a que el Ayuntamiento de Huelva destine recursos para la captación de fondos europeos. Como se observa en la Figura 40, ambos grupos consideran esta acción como 'muy prioritaria'. Sin embargo, el porcentaje de hombres que señala esta alternativa de respuesta supera en más de un 15% al de mujeres.

Al preguntar por la diversificación hacia la industria tecnológica, como se observa en la Figura 41, la diferencia entre hombres y mujeres es de casi un 20%.

De manera similar, el análisis por género de quienes han realizado las encuestas *online* refleja que entre hombres y mujeres hay casi un 20% de diferencia entre el grado de prioridad máxima que asignan a la acción relativa a la inversión en grandes infraestructuras (Figura 42). Concretamente, en los hombres se encuentra que existe claramente un grado de prioridad alta; en cambio, en las mujeres las respuestas se dividen fundamentalmente entre quienes asignan una prioridad alta y un grado de prioridad medio.

Figura 38. Diferencias por sexo. Mayor integración de la Ría (encuestas *online*)

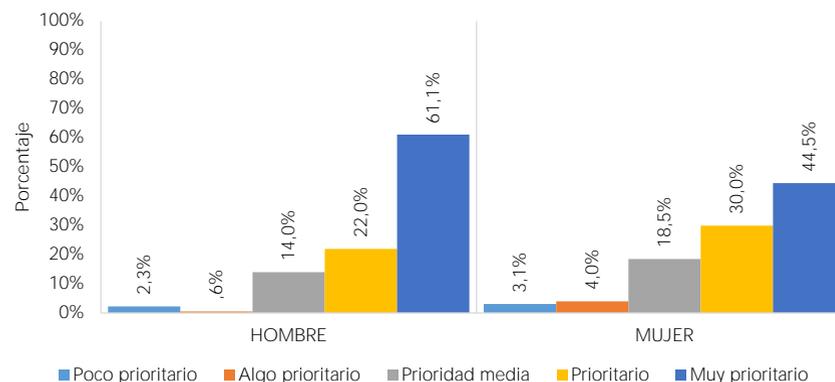


Figura 39. Diferencias por sexo. Inversión en espacios degradados (encuestas *online*)

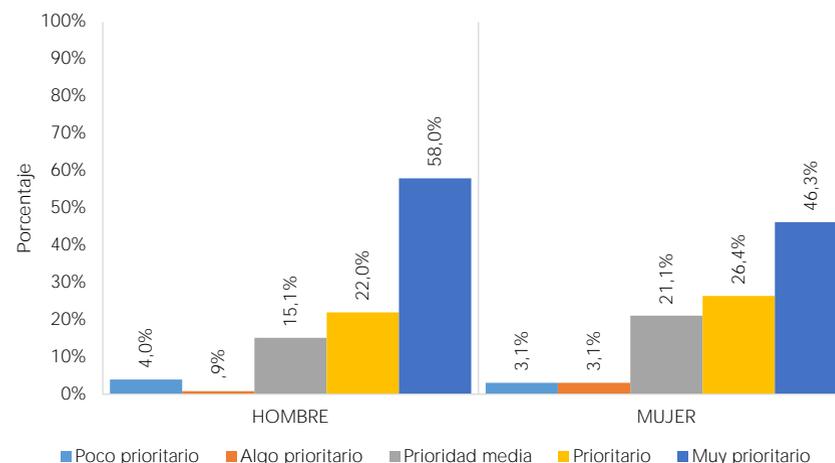
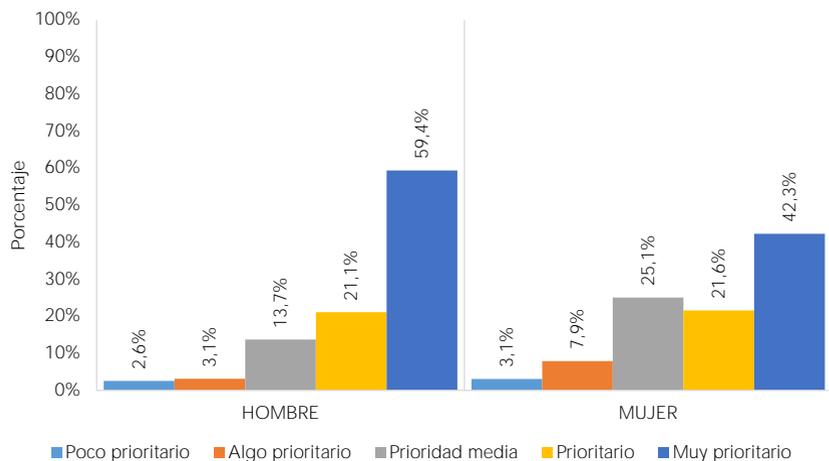


Figura 40. Diferencias por sexo. Captación de fondos europeos (encuestas *online*)



Se observan diferencias también entre ambos géneros en la pregunta relativa a la puesta en marcha de un servicio de emergencia social. Como se observa en la Figura 43, esta acción posee un mayor grado de prioridad para las mujeres que para los hombres. Concretamente, las mujeres que consideran que esta pregunta es muy prioritaria son el 38,8%, frente a un 27,1% de los hombres. En este último grupo la alternativa de respuesta con más apoyo es la que asigna un grado de prioridad medio.

Algo similar ocurre con la acción relativa a la creación de una guía con los servicios sociales. Entre las mujeres, la alternativa de respuesta con mayor porcentaje es la que asigna una alta prioridad (Figura 44). En cambio, entre los hombres se observa que la alternativa de respuesta predominante es la que asigna un grado de prioridad media.

Figura 41. Diferencias por sexo. Industria tecnológica (encuestas *online*)

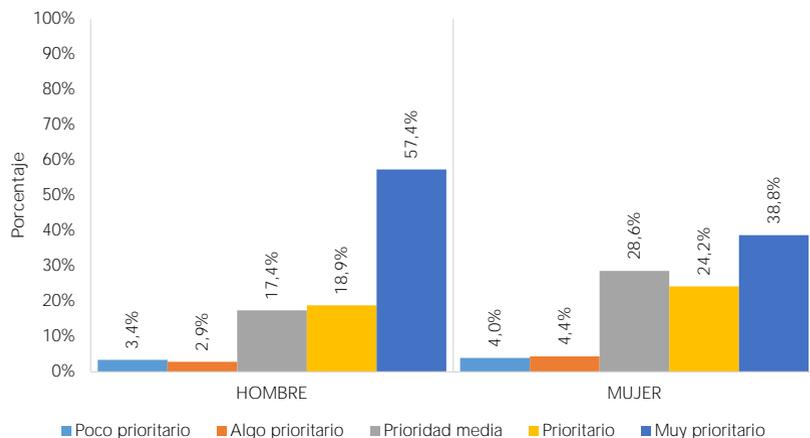


Figura 42. Diferencias por sexo. Grandes infraestructuras (encuestas *online*)

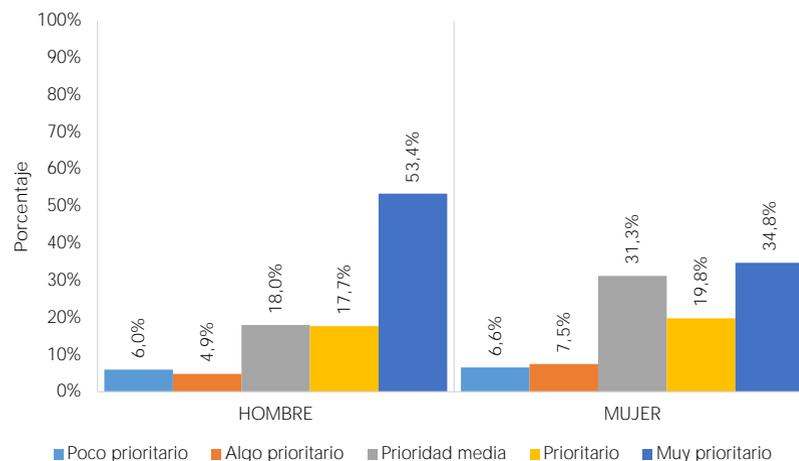


Figura 43. Diferencias por sexo. Emergencia Social (encuestas *online*)

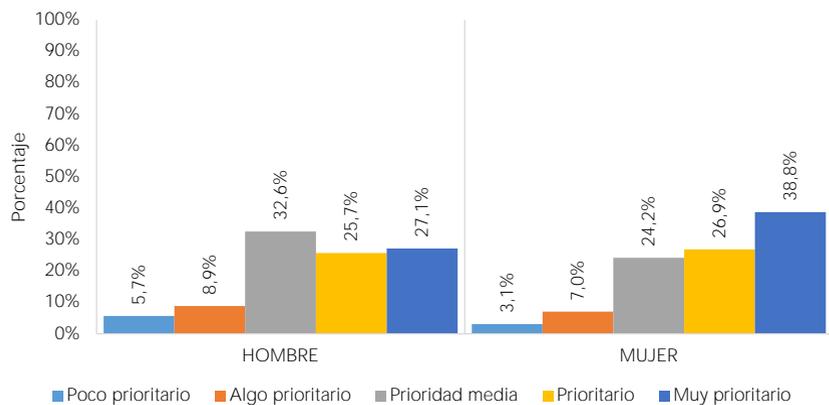
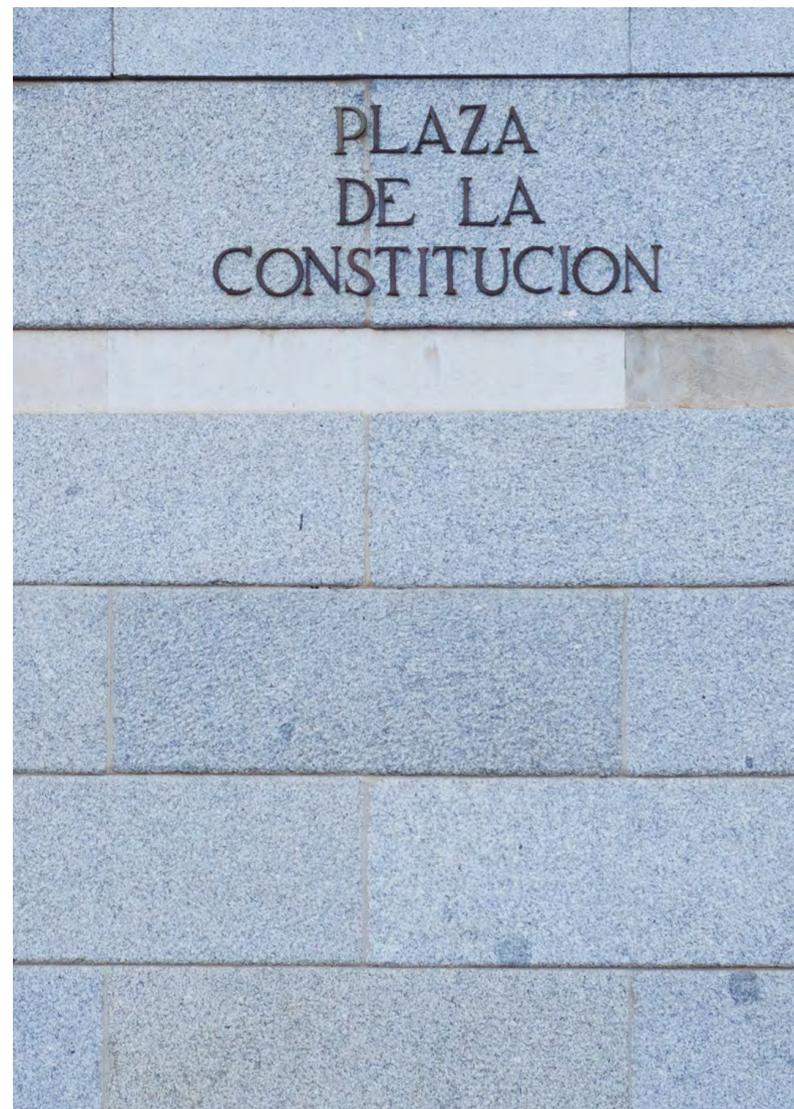
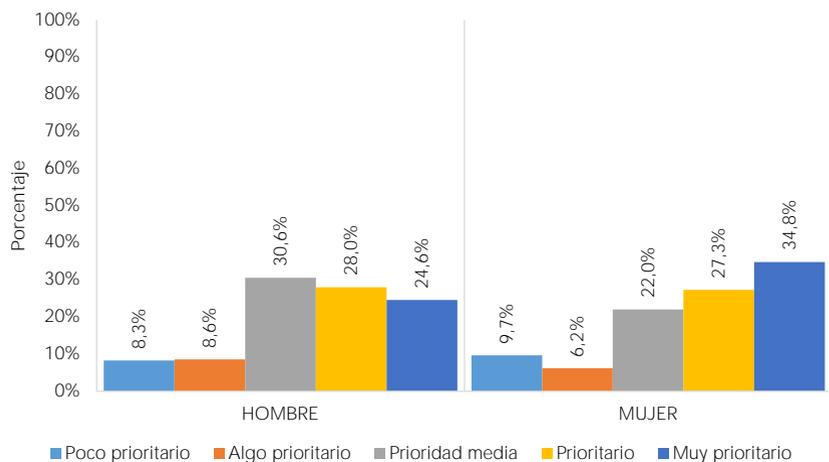


Figura 44. Diferencias por sexo. Guía de servicios sociales (encuestas *online*)



5.3. ENCUESTAS PRESENCIALES Y ONLINE

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Los datos muestran que la edad media de las personas encuestadas es de 38,73 (DT=14,30). Al agrupar la edad por rangos (Figura 45) se observa que la mayoría de la ciudadanía que ha participado en la encuesta está en el rango de 25-40 años (41%), seguido del rango de 40-65 años (35%) y del rango de 15-25 años (19%). Por otro lado, en el rango de 65 o más años es en el que se observa una menor participación (4%).

Con respecto al género, el 55,2% de quienes participaron en la muestra son hombres, y el 44,8% mujeres. La distribución por nivel de estudios muestra que la mayoría de los participantes tiene estudios universitarios (51%), seguido de estudios de bachiller, formación profesional o similares (34%) y de estudios primarios finalizados (13%). Por el contrario, tan solo un 2% de la población no tiene estudios, y un 1% no ha finalizado los estudios primarios (Figura 46).

El 88% de los ciudadanos respondieron que le gustaría seguir residiendo en la ciudad de Huelva. Sin embargo, un 76% piensa que en los próximos años continuará residiendo en Huelva. Esto es, hay un 12% de los encuestados que consideran probable que no residan en Huelva en los próximos años, a pesar de que sí lo desearían. El motivo más señalado para no residir en los próximos años fue 'motivos laborales' (20%), o por considerar que en los pueblos de alrededor de Huelva pueden obtener una mejor calidad de vida (5%).

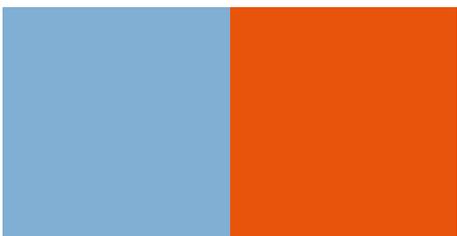


Figura 45. Rango de edad de encuestados (encuestas presenciales y online)

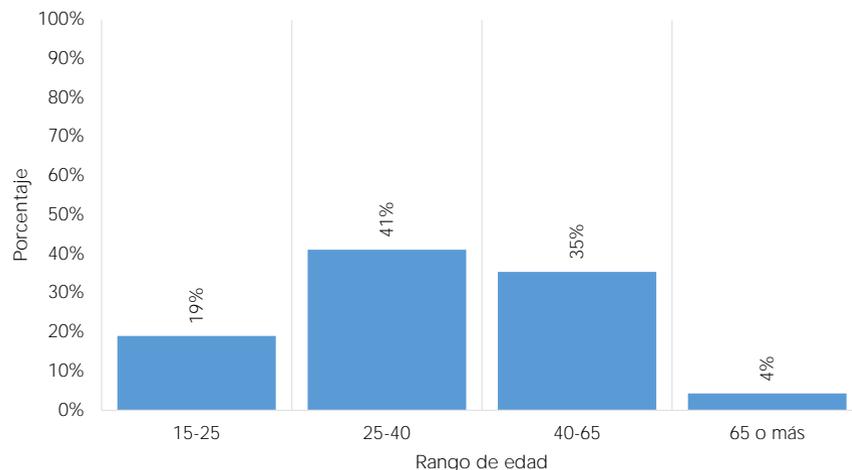
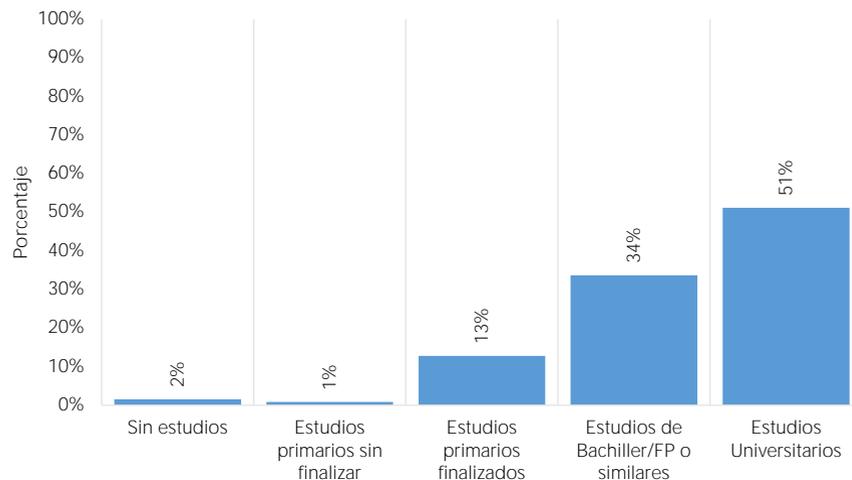


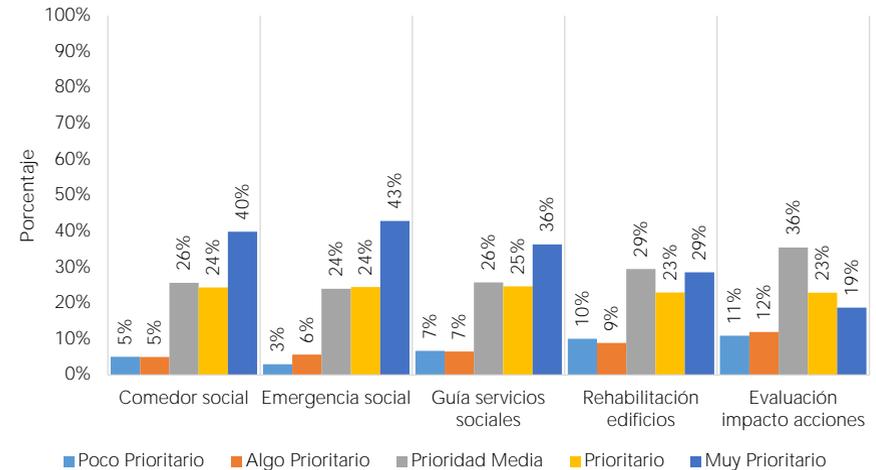
Figura 46. Nivel de estudios (encuestas presenciales y online)



DESARROLLO Y BIENESTAR PERSONAL Y SOCIAL

Al preguntar por las acciones relativas al desarrollo y bienestar personal y social la muestra de estos análisis considera que la pregunta relativa a la creación de un servicio de emergencia social es la más prioritaria (43%), si bien es cierto que se encuentra próximo el porcentaje de respuestas en la alternativa 'muy prioritaria' de la acción relativa a la puesta en marcha de un comedor social (40%). Un porcentaje ligeramente inferior se encuentra en la acción relativa a la elaboración de una guía de servicios sociales (36%). Por otro lado, en las preguntas 'Rehabilitación de edificios' y 'Evaluación del impacto de las acciones' la población no se decanta por una opción de respuesta, sino que los porcentajes se reparten desde 'prioridad media' hasta 'muy prioritario' (Figura 47).

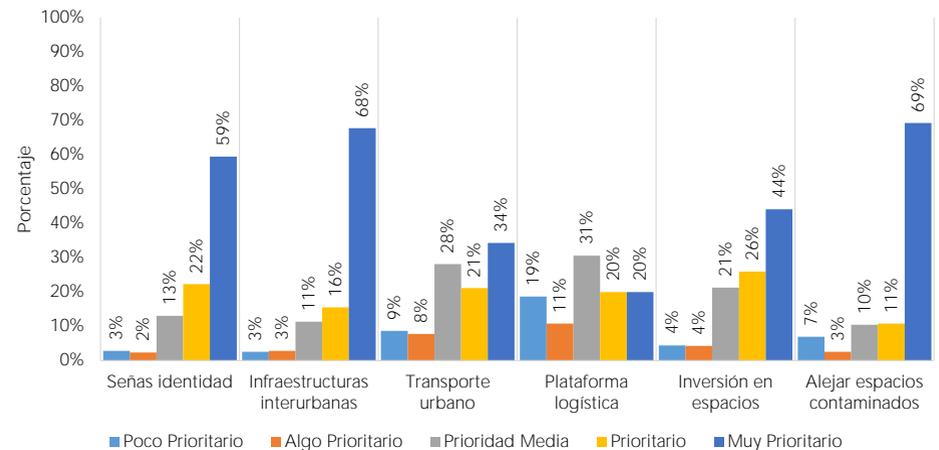
Figura 47. Desarrollo y bienestar personal y social (encuestas presenciales y online)



URBANISMO, MOVILIDAD SOSTENIBLE E INFRAESTRUCTURAS

Sobre las acciones relativas al urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras, la muestra conjunta de estos análisis opinan que alejar los espacios contaminados y reclamar las infraestructuras interurbanas son las acciones más prioritarias que debería abordar el Ayuntamiento de Huelva, ambas con un porcentaje en torno al 68%. Se observa también un porcentaje del 59% en la acción relativa a que el Ayuntamiento de Huelva convierta en señas de identidad (y por ello, mejorarlas) zonas con alto valor ecológico, y un 44% considera prioritario que el Ayuntamiento debería invertir en restos arqueológicos y lugares emblemáticos de la ciudad de Huelva. En menor porcentaje, un 34% considera muy prioritario que se mejore el transporte urbano, y un 20% que participe con sus recursos en la implantación de una plataforma logística en el puerto de Huelva (Figura 48).

Figura 48. Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras (encuestas presenciales y online)



MEDIO AMBIENTE Y SALUD

En la Figura 49 se muestra la distribución de las respuestas a las acciones propuestas desde la mesa de *Medio Ambiente y Salud*. Quienes han participado en la encuesta consideran que la acción con mayor prioridad que debería emprender el Ayuntamiento de Huelva es el encapsulado de los fosfoyesos (53%). También se observan porcentajes de respuesta en la alternativa ‘muy prioritario’ superiores al 40% en las acciones relativas al mantenimiento de zonas verdes (44%), y la propuesta de acción consistente en la creación de un área metropolitana verde en la ciudad (40%).

Otras acciones propuestas por los expertos, como puede ser habilitar un sistema de lanzaderas de transportes entre puntos neurálgicos de la ciudad, crear un sistema de información sobre la polución de Huelva o el rediseño del trazado vial, han sido valoradas con una menor prioridad por la población. En concreto, estas tres acciones poseen las respuestas repartidas entre la valoración media y la valoración ‘muy prioritaria’.

DEPORTES

De las preguntas relativas al deporte, los resultados muestran que todas las preguntas obtienen un porcentaje similar de elección en la alternativa de respuesta correspondiente a una ‘prioridad media’. De entre éstas, las preguntas relativas a la creación y mejora de instalaciones deportivas, destinar recursos a realizar campañas informativas que incrementen la práctica deportiva entre la ciudadanía, y mejorar el equipamiento y la dotación de parques para practicar deporte son las más prioritarias con respecto a la demás (alrededor del 35% cada una) (Figura 50).

Figura 49. Medio ambiente y salud (encuestas presenciales y *online*)

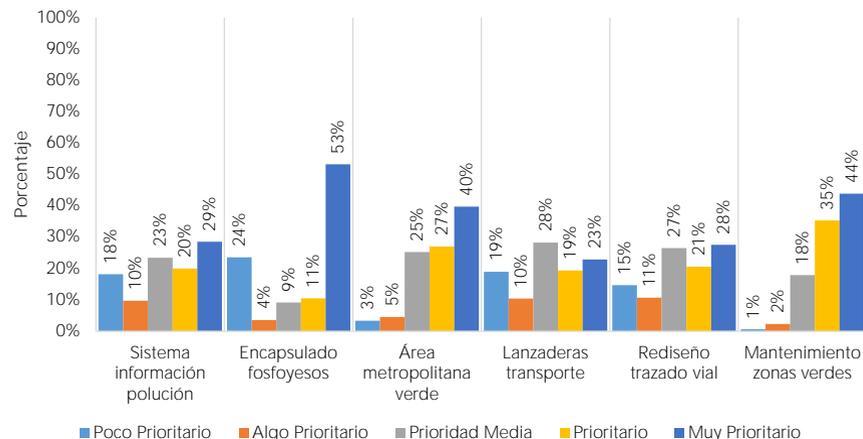


Figura 50. Deporte (encuestas presenciales y *online*)

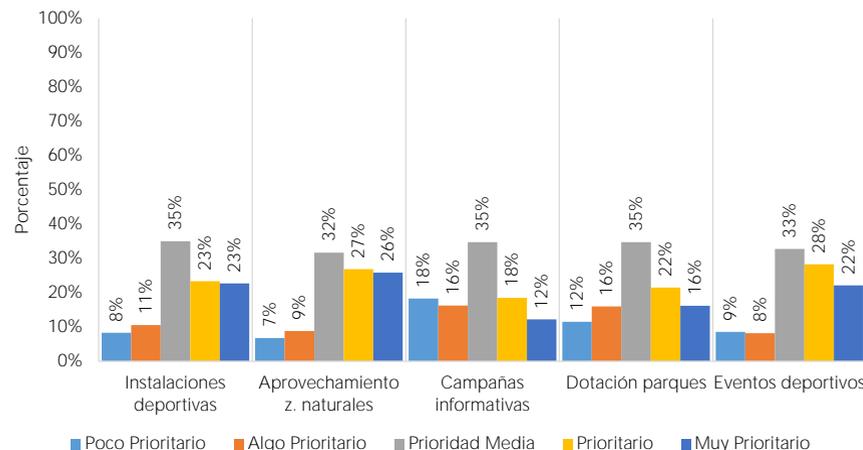
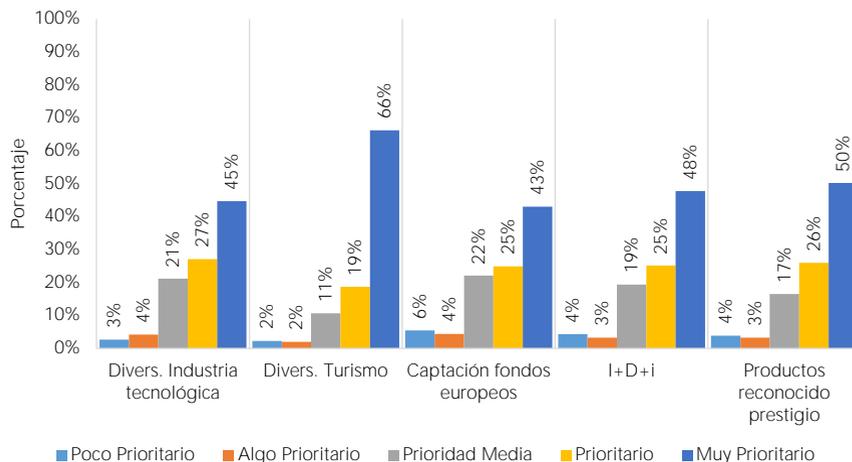


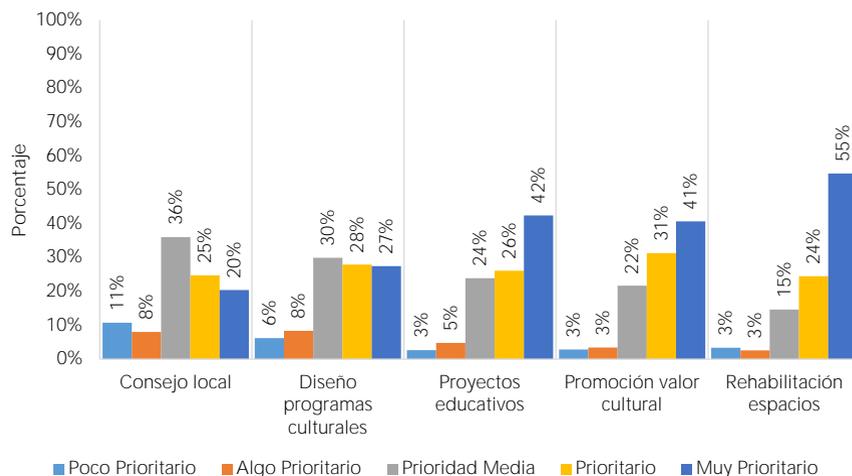
Figura 51. Economía y emprendimiento (encuestas presenciales y *online*)



ECONOMÍA Y EMPRENDIMIENTO

De entre las acciones relativas a la mesa de Economía y emprendimiento, la pregunta acerca de destinar recursos por parte del Ayuntamiento para tratar de diversificar la economía de la ciudad hacia el sector del turismo, fue considerada por el 66% de los/as ciudadanos/as con una alta prioridad. Igualmente, aunque en menor medida, se valoró como muy prioritario que el Ayuntamiento invierta en fomentar la imagen de productos de Huelva con prestigio y reconocimiento (50%). Las otras acciones contempladas y preguntadas a la ciudadanía también fueron consideradas de manera principal como ‘muy prioritarias’, si bien los porcentajes de respuesta en esta alternativa fueron menores. Además, fomentar la I+D+i junto a la Universidad (48%), que el ayuntamiento destine recursos hacia la diversificación de la economía hacia la industria tecnológica (45%) y destinar recursos para la captación de fondos europeos (43%) recibieron en la alternativa de respuesta ‘muy prioritaria’ porcentajes superiores al 40% (Figura 51).

Figura 52. Cultura (encuestas presenciales y *online*)



CULTURA

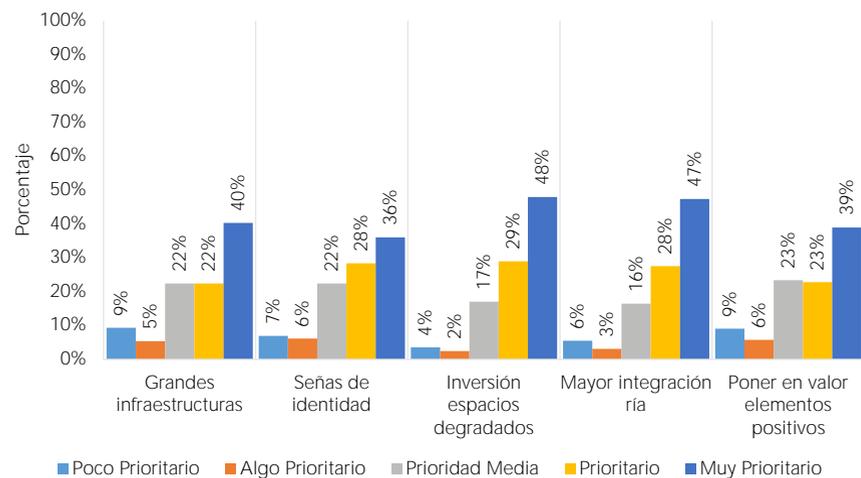
De entre las preguntas relativas a la cultura, los participantes en las encuestas consideraron que la acción relativa a la rehabilitación de espacios para la instalación de actividades culturales es la acción que con mayor prioridad debería realizar el Ayuntamiento de Huelva. No obstante, también se observa que la ciudadanía valora con porcentajes superiores al 40% como ‘muy prioritario’ aquellas acciones relativas al diseño y puesta en marcha de proyectos educativos sobre el patrimonio cultural de Huelva, así como en la acción relativa a la inversión para promocionar el valor cultural de Huelva (Figura 52).

Las preguntas relativas a la creación de un consejo local de cultura para la gestión de los eventos culturales, y a la participación de la ciudadanía en el diseño de programas culturales fueron valoradas principalmente con una prioridad media.

TURISMO

En la mesa de *Turismo*, la pregunta que los encuestados consideran como más prioritaria es que el Ayuntamiento invierta en espacios degradados para mejorar su imagen y acondicionamiento (48%), y conseguir una mayor integración de la Ría (47%). En un menor porcentaje, se consideró la reclamación de inversión en grandes infraestructuras (40%), realizar entre sus ciudadanos campañas para poner en valor los elementos positivos de la ciudad (39%), y generar y publicitar las señas de identidad de la ciudad de Huelva (36%) (Figura 53).

Figura 53. Turismo (encuestas presenciales y *online*)



ANÁLISIS POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO

A continuación se ofrecerá un análisis por grupos de edad y sexo en aquellas preguntas en las que se han detectado diferencias estadísticamente significativas.

DIFERENCIAS POR EDAD

Diferentes preguntas han mostrado que la valoración que hacen los encuestados difieren en función de la edad que tienen. Este es el caso de la valoración que hacen los ciudadanos respecto a que el Ayuntamiento de Huelva reclame infraestructuras interurbanas. En la Figura 54 se observa que las valoraciones de los ciudadanos se centran en la opción de respuesta muy prioritario en todos los grupos de edad, siendo los encuestados de 65 o más años los que mayor porcentaje obtienen en esta pregunta (78.4%), seguido de los ciudadanos de 25-40 años (69.2%), 40-65 años (68.3%) y 65 años o más (61.2%).

Con respecto al resto de opciones de respuesta, se encuentran en porcentajes menores en todos los grupos de edad, siendo las opciones de respuesta poco y algo prioritario las que obtienen los porcentajes de respuesta más bajos.

En la pregunta relativa a que el Ayuntamiento convierta diferentes zonas con valor ecológico en señas de identidad de la ciudad, las valoraciones de los ciudadanos se centran en la opción de respuesta 'muy prioritario' en todos los grupos de edad (Figura 55). No obstante, se observa que los encuestados de 15-25 años son los que otorgan una mayor prioridad (65,2%), seguido de los ciudadanos de 25-40 años (61,4%), 40-65 años (54,9%) y 65 años o más (52,9%). Esto es, se observa que conforme más jóvenes son los encuestados, mayor prioridad ofrecen a lo preguntado en este ítem.

Figura 54. Diferencias por edad. Infraestructuras urbanas (encuestas presenciales y online)

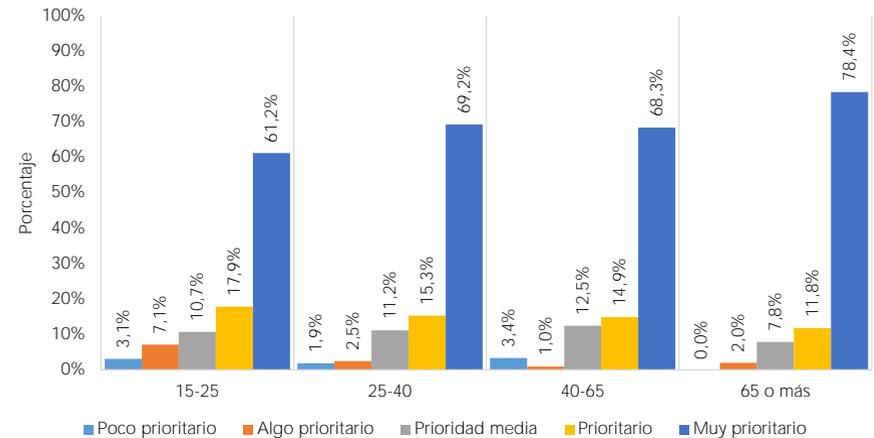
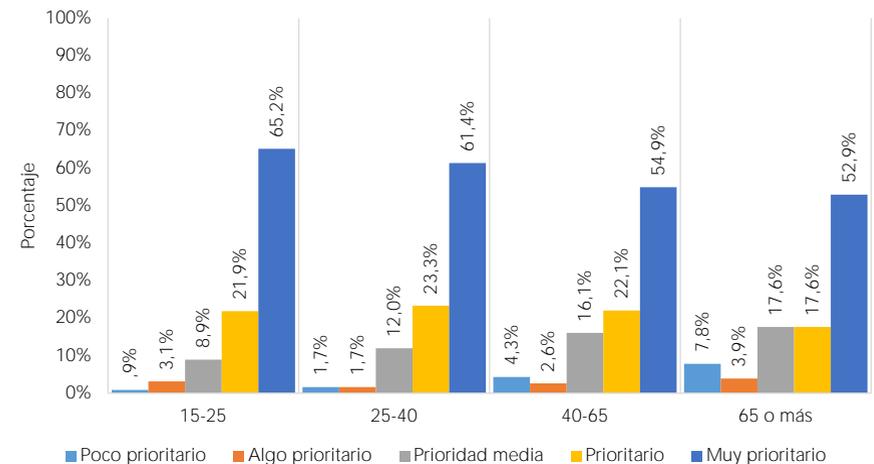


Figura 55. Diferencias por edad. Señas de identidad (encuestas presenciales y online)



Con respecto al resto de opciones de respuesta, se encuentran en porcentajes menores en todos los grupos de edad, siendo las opciones de respuesta poco y algo prioritario las que obtienen los porcentajes de respuesta más bajos.

Al preguntar a la ciudadanía acerca de la prioridad de que el Ayuntamiento invierta en fomentar la imagen de productos con prestigio y reconocimiento, se observa que el grupo de mayor edad es que considera que esta acción debería ser prioritaria (70,6%). Tal y como se observa en la Figura 56, en el resto de grupos etarios el porcentaje de respuestas en la alternativa ‘muy prioritario’ están alrededor del 50%.

Otra de las preguntas en las que se observan diferencias por grupos de edad es en aquella que pregunta sobre la acción relativa a que el Ayuntamiento de Huelva destine recursos para la diversificación de la economía hacia la industria tecnológica. Como se observa en la Figura 57, las valoraciones de los ciudadanos se centran en la opción de respuesta muy prioritario en todos los grupos de edad. No obstante, son los encuestados de 65 o más años los que mayor porcentaje responden en dicha alternativa en esta pregunta (52,9%). Cabe destacar que entre los jóvenes de 15 a 25 años el porcentaje de ciudadanos que están de acuerdo es muy inferior (32,6%).

También se observan diferencias estadísticamente significativas entre los grupos de edad al preguntar a la ciudadanía sobre la necesidad de que el Ayuntamiento de Huelva destine más recursos a la captación de fondos europeos. Como se muestra en la Figura 58, el grupo de edad comprendido entre los 40 y los 65 años es el que muestra un mayor grado de prioridad. El resto de grupos etarios están entre un 38% y un 43%.

Figura 56. Diferencias por edad. Productos de reconocido prestigio (encuestas presenciales y *online*)

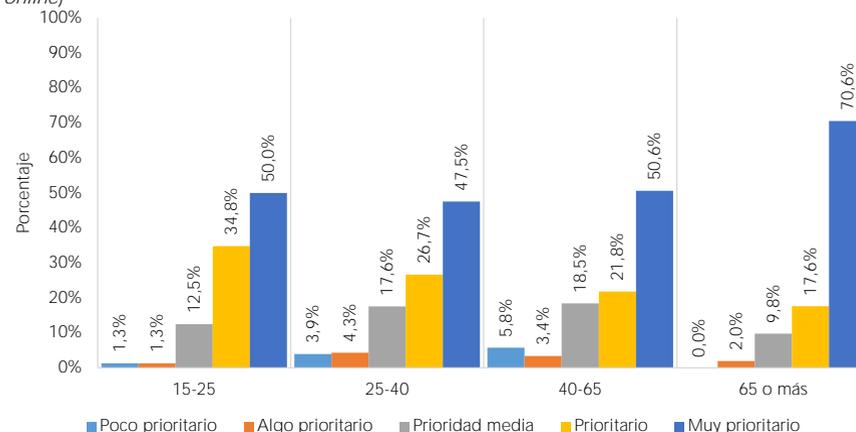


Figura 57. Diferencias por edad. Diversificación industria tecnológica (encuestas presenciales y *online*)

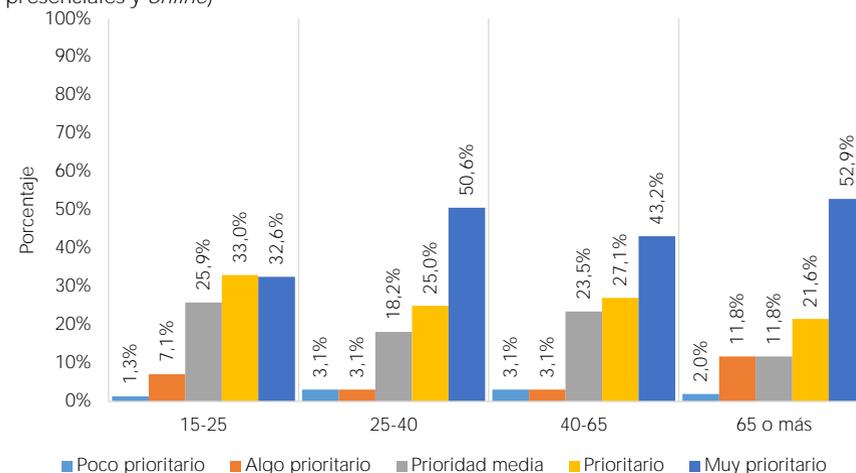
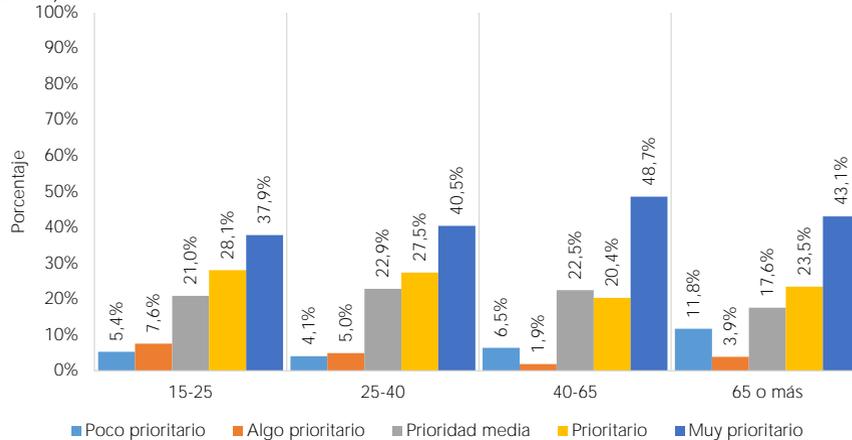


Figura 58. Diferencias por edad. Captación de fondos europeos (encuestas presenciales y online)



La pregunta enmarcada en el desarrollo personal y social sobre la creación de un servicio de emergencia social también muestra diferencias en función de los grupos etarios (Figura 59). Los de mayor edad son quienes asignan una mayor prioridad a esta acción (56,9%), seguida del grupo de 40-65 años. En los otros dos grupos etarios, el porcentaje de ciudadanos que considera esta medida como muy prioritaria desciende por debajo del 40%.

De manera análoga, al preguntar sobre la creación de un comedor social municipal, son los de mayor edad quienes consideran que esta acción debe ser muy prioritaria para el Ayuntamiento de Huelva (Figura 60). Entre los más jóvenes, el porcentaje de ciudadanos que consideran con una alta prioridad es aproximadamente la mitad de los de mayor edad.

Figura 59. Diferencias por edad. Servicio de emergencia social (encuestas presenciales y online)

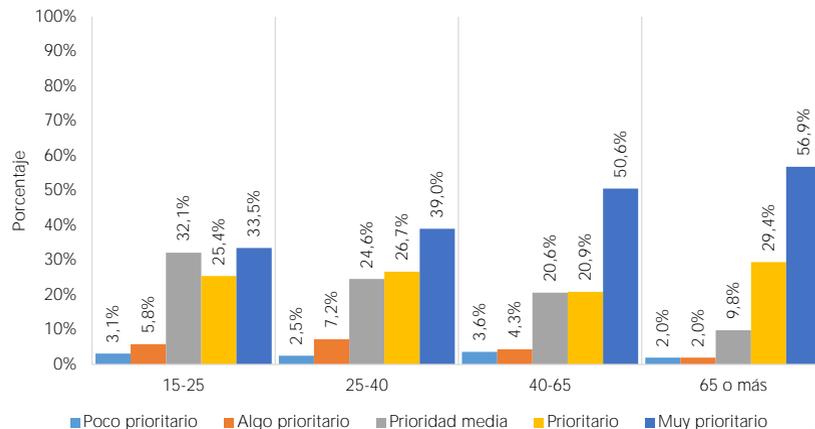
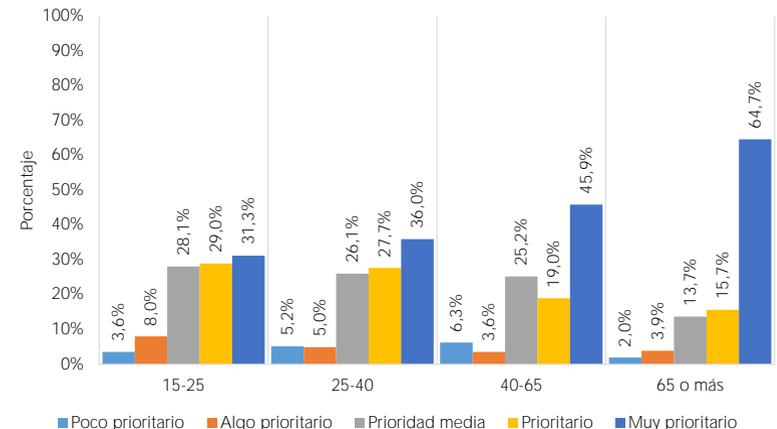


Figura 60. Diferencias por edad. Comedor social (encuestas presenciales y online)



Siguiendo con las preguntas relativas al desarrollo y bienestar personal y social, en la Figura 61 se observa que son los de mayor edad quienes dan una mayor prioridad a la creación de una guía relativa a los servicios sociales, considerando esta medida muy prioritaria un 58,8%. Nuevamente se observa que entre los más jóvenes esta acción la consideran poco prioritaria.

Por su parte, al preguntar sobre la creación de un área metropolitana verde, los grupos comprendidos entre los 15 y los 65 años muestran un grado de prioridad similar. En cambio, los grupos de mayor edad son los que consideran en menor medida que ésta debería ser una prioridad para el Ayuntamiento de Huelva (Figura 62).

La pregunta relativa a los fosfoyesos muestra una clara disparidad entre los diferentes grupos de edad analizados. Se puede observar en la Figura 63 que quienes tienen menor edad muestran un porcentaje mayor de prioridad con esta acción, si se les compara con los ciudadanos que tienen más de 40 años.

Finalmente, otra de las preguntas que ha mostrado diferencias por grupos etarios es la relativa a la inversión en grandes infraestructuras, con vistas a mejorar el turismo. Cuando se pregunta sobre la necesidad de que el Ayuntamiento reclame grandes infraestructuras de comunicación, se observa que los grupos de edad de entre 25-40 años y 40-65 años son los que más prioritario consideran esta acción. Con respecto al resto de opciones de respuesta, se encuentran en porcentajes menores en todos los grupos de edad, siendo las opciones de respuesta poco y algo prioritario las que obtienen los porcentajes de respuesta más bajos (Figura 64).

Figura 61. Diferencias por edad. Guía de servicios sociales (encuestas presenciales y *online*)

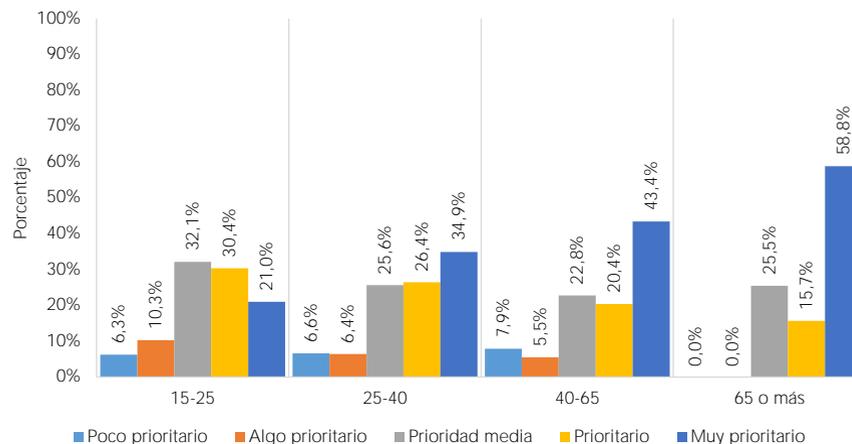


Figura 62. Diferencias por edad. Área metropolitana verde (encuestas presenciales y *online*)

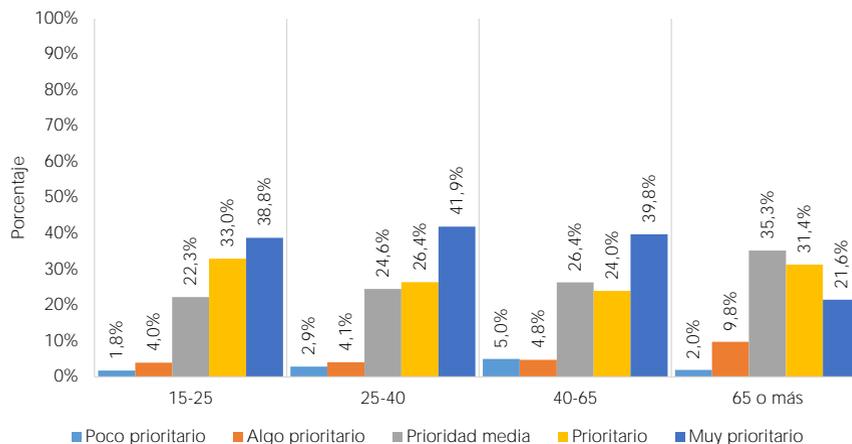


Figura 63. Diferencias por edad. Encapsulado fosfoyesos (encuestas presenciales y *online*)

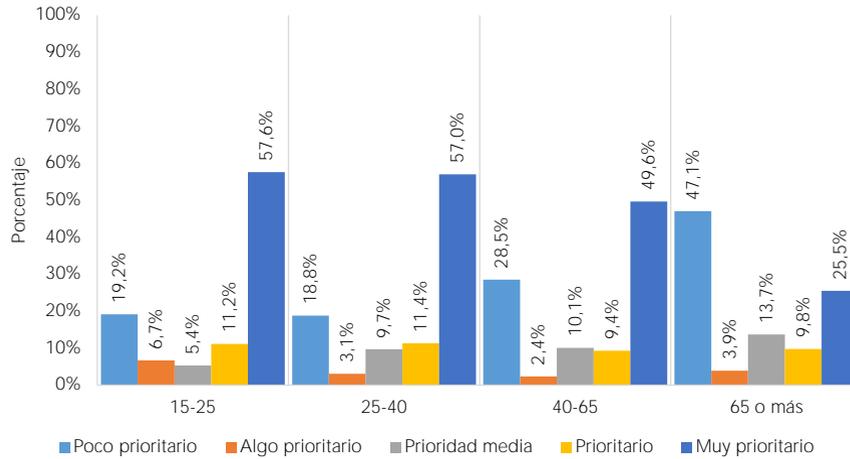
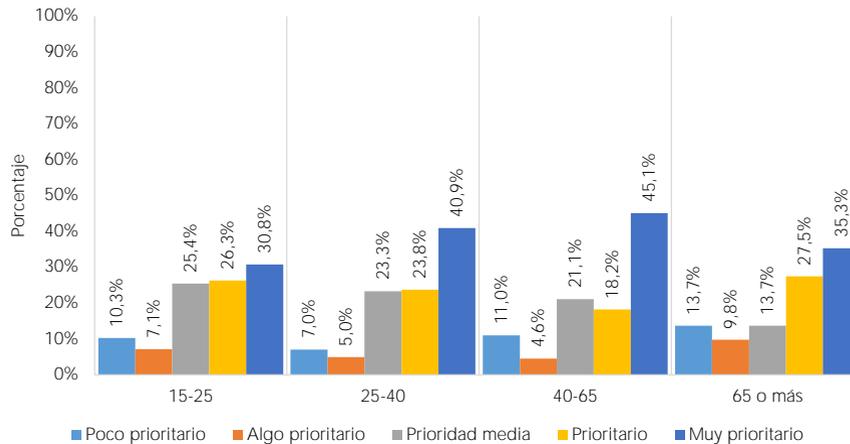


Figura 64. Diferencias por edad. Grandes infraestructuras (encuestas presenciales y *online*)



DIFERENCIAS POR SEXO

El análisis de las respuestas por género no mostró grandes diferencias en la mayoría de las preguntas. No obstante, a continuación se comentan aquellas que mostraron diferencias estadísticamente significativas.

Una de las preguntas en las que se observan diferencias entre hombres y mujeres es la referente a convertir espacios naturales en señas de identidad para la ciudad. Tal y como se muestra en la Figura 65, el porcentaje de hombres que consideran esta acción muy prioritaria supera en casi 13 puntos porcentuales al de mujeres.

Como se muestra en la Figura 66, también se observan grandes diferencias entre hombres y mujeres al preguntar por la necesidad de alejar los espacios contaminados. En este caso se observa que son las mujeres quienes consideran que esta acción debería ser prioritaria.

Otra de las preguntas en las que se observan diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres es la de la inversión en espacios degradados para hacerlos atractivos turísticamente. Concretamente se observa que los hombres consideran en mayor medida que esta acción debería tener una alta prioridad (51,3%) frente a las mujeres (43,9%) (Figura 67).

Si se pregunta por la posibilidad de que el Ayuntamiento destine recursos para diversificar la actividad económica hacia sectores como la industria tecnológica, se observa una diferencia de más de 15 puntos porcentuales entre hombres y mujeres. Concretamente, esta acción la consideran muy prioritaria un 51,6% de los hombres, frente a un 36,3% de las mujeres (Figura 68).

De manera análoga a la pregunta anterior, los hombres también consideran más prioritario que las mujeres

Figura 65. Diferencias por sexo. Señas de identidad (encuestas presenciales y *online*)

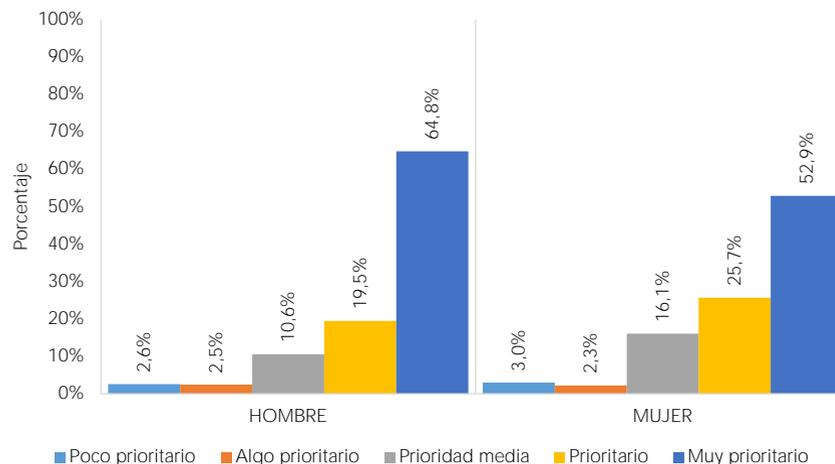


Figura 66. Diferencias por sexo. Alejar espacios contaminados (encuestas presenciales y *online*)

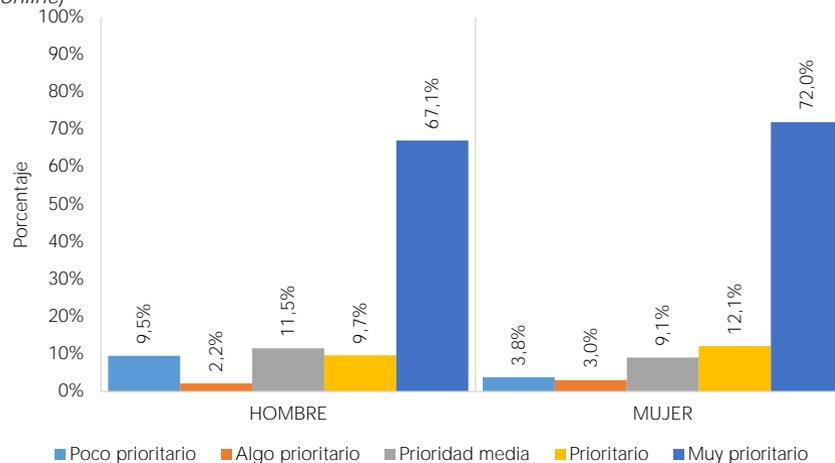
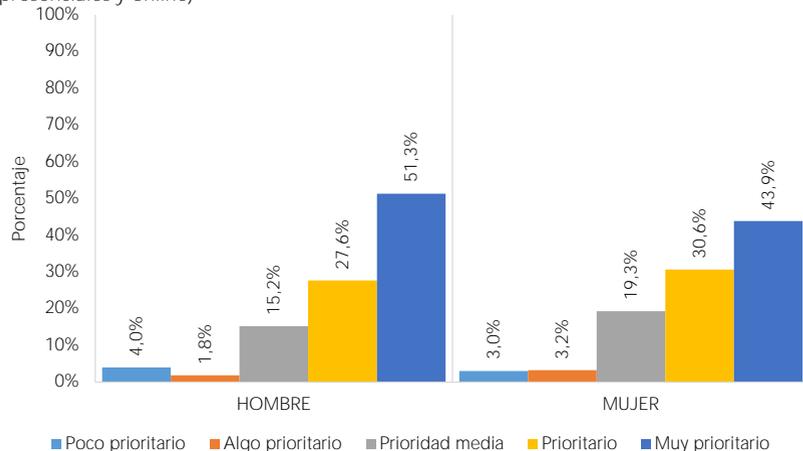


Figura 67. Diferencias por sexo. Inversión en espacios degradados (encuestas presenciales y *online*)



el hecho de que el Ayuntamiento invierta la rehabilitación de edificios para dedicarlo a espacios culturales (Figura 69).

La inversión en recursos para la captación de fondos europeos es otra de las preguntas en las que la prioridad para hombres y mujeres es claramente diferente. Concretamente, el 50,2% de los hombres consideran que esta acción debería ser muy prioritaria para el Ayuntamiento de Huelva. Entre las mujeres, el porcentaje de respuesta en esta alternativa se reduce al 34,2% (Figura 70).

Figura 68. Diferencias por sexo. Diversificación industria tecnológica (encuestas presenciales y *online*)

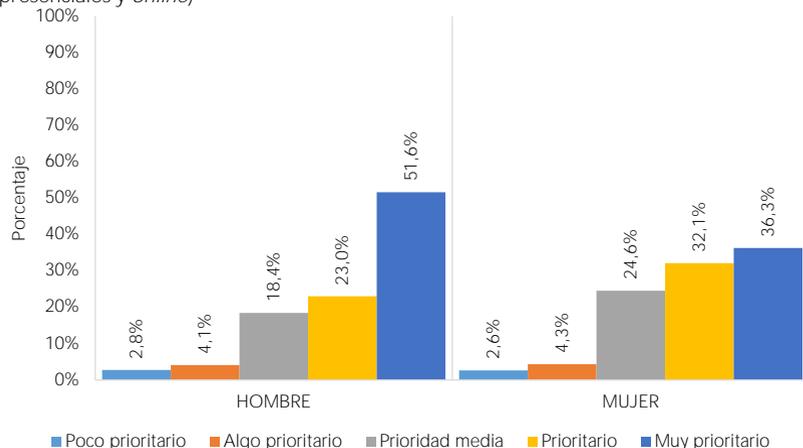


Figura 69. Diferencias por sexo. Rehabilitación de edificios (encuestas presenciales y *online*)

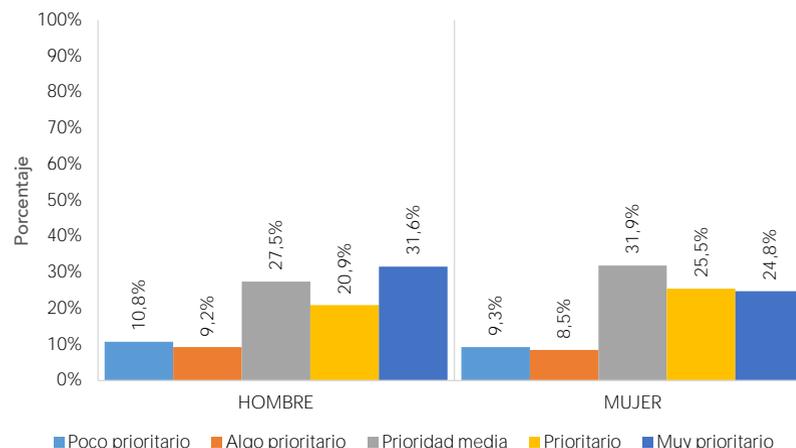
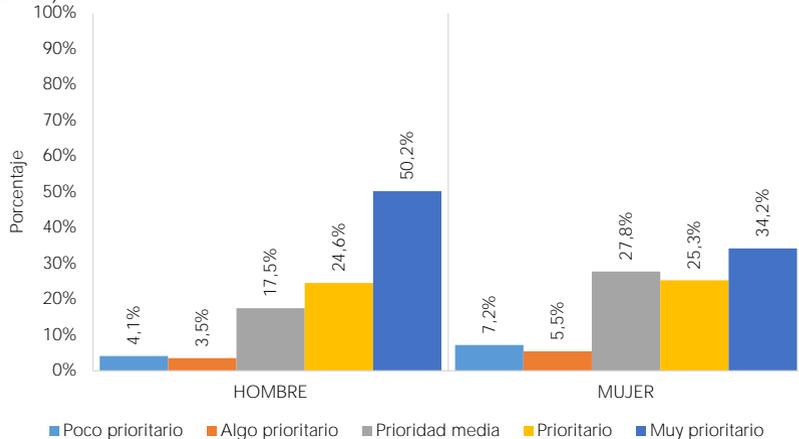


Figura 70. Diferencias por sexo. Captación de fondos europeos (encuestas presenciales y online)



Cuando se pregunta por la necesidad de que el Ayuntamiento cree un servicio de emergencia social, la prioridad asignada entre hombres y mujeres difiere. Concretamente, entre los hombres el porcentaje de respuesta que consideran que debería tener una alta prioridad es del 38,2%. Por el contrario, entre las mujeres es del 48,6% (Figura 71).

Al preguntar por la inversión en grandes infraestructuras, los hombres consideran que esta acción debería ser muy prioritaria (46,5%) en mayor medida que las mujeres (32,7%) (Figura 72).

Figura 71. Diferencias por sexo. Servicio de emergencia social (encuestas presenciales y online)

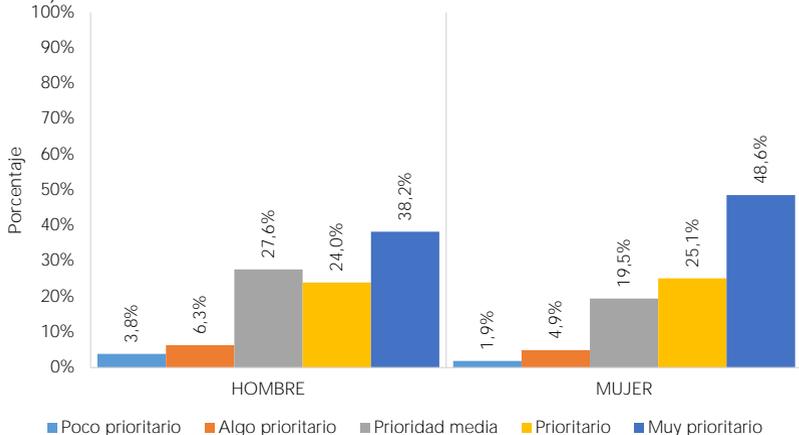
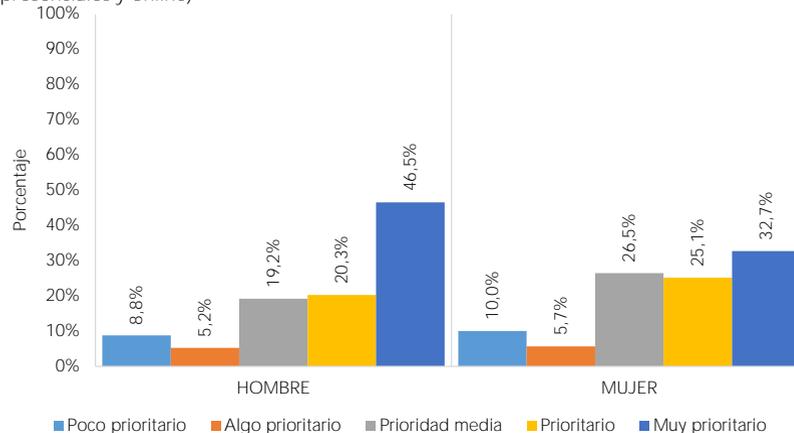


Figura 72. Diferencias por sexo. Inversión en grandes infraestructuras (encuestas presenciales y online)





PROGRAMAS Y PROYECTOS

PLAN
ESTRATÉGICO
HUELVA

ESTRATEGIA
2025



6. PROGRAMAS Y PROYECTOS

Una vez analizadas las acciones propuestas por los expertos y la opinión de la ciudadanía, se dispuso a delimitar cuáles han sido los elementos vertebradores que han aparecido, cómo integrarlos y, por lo tanto, constituirlos en los núcleos de los programas que conforman el Plan Estratégico. En este sentido, cabe señalar los siguientes elementos vertebradores:

- Educación y participación ciudadana
- Urbanismo, señas de identidad y elementos patrimoniales
- Potenciación de la cultura y el deporte
- Bienestar de la ciudadanía
- El entorno natural de Huelva y su sostenibilidad
- Desarrollo económico y social

Para recoger estos elementos de manera integral, se ha decidido organizarlos en programas, proyectos y acciones. En orden de jerarquía, los programas representan la unidad superior, y vertebran un conjunto de proyectos que entre sí mantienen interrelación. Los proyectos, a su vez, vertebran acciones concretas en torno a las posibilidades de obtener la máxima eficiencia sobre la actuación de un elemento concreto de la ciudad. Finalmente, las acciones describen la actuación concreta propuesta al Ayuntamiento de Huelva.

6.1. PROGRAMA: EDUCACIÓN EN VALORES Y CONCIENCIA CIUDADANA

Posiblemente el mayor grado de coincidencia que ha habido entre los expertos de las diferentes mesas ha sido el considerar la necesidad de que desde el Ayuntamiento de Huelva se potencie la educación y concienciación de los ciudadanos para con ellos mismos y los elementos de la ciudad. Esta educación y concienciación no sólo es para el respeto hacia los elementos comunes, sino, fundamentalmente, para la adquisición de hábitos y comportamientos que puedan hacer de la ciudad de Huelva, en los próximos años, una ciudad mucho más apacible para su disfrute. Así pues, la educación y concienciación constituyen elementos básicos, pudiendo diferenciarse diferentes líneas de actuación que son las que dan forma a los proyectos que se describen a continuación.

PROYECTO: EDUCAR EN SALUD

JUSTIFICACIÓN:

La educación en valores saludables es una actividad que generalmente queda reservada al ámbito escolar y familiar. Aceptando ambos ámbitos como los más idóneos, ello no exime al Ayuntamiento, como administración pública más próxima a la ciudadanía, de realizar actuaciones que consoliden la formación recibida en los ámbitos anteriores. En este sentido, desde el Ayuntamiento se puede desempeñar una importante labor en la promoción y creación de las condiciones adecuadas en la ciudad de Huelva para que la formación que reciben en los ámbitos anteriormente señalados, quede convenientemente asentada en la ciudadanía.

Objetivos estratégicos:

- Formar y potenciar comportamientos saludables entre la ciudadanía
- Reducir comportamientos poco saludables para los ciudadanos

Acciones:

Formar y potenciar comportamientos saludables entre la ciudadanía

- Impartir charlas en los colegios sobre medioambiente y salud
- Organizar 'jornadas saludables' al aire libre, en distintos distritos de Huelva, que tengan actividades lúdicas para los más jóvenes relacionadas con la salud
- Organizar eventos en los distritos para lograr la formación de padres y madres en hábitos de vida saludables para con ellos/as y sus hijos/as.
- Habilitar espacios adaptados para menores y personas con discapacidad destinados a la práctica deportiva
- Crear campañas divulgativas, dirigidas a la ciudadanía, para la promoción de la práctica deportiva y la realización de desplazamientos en la ciudad, andando o utilizando bicicletas

Reducir comportamientos poco saludables para los ciudadanos

- Revisar sistemáticamente la aplicación de la ley antitabaco en los establecimientos
- Realizar actividades lúdicas los fines de semana para conseguir una reducción del consumo de alcohol y otras drogas entre los más jóvenes
- Potenciar recursos sanitarios para las personas con problemas de abuso de alcohol y drogas
- Potenciar acciones para reducir la conducción después de haber consumido alcohol y drogas

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Centros de Salud y Junta de Andalucía

Sinergia con otros proyectos: Plan Local de Salud de la ciudad de Huelva

PROYECTO: EDUCAR EN VALORES CULTURALES

JUSTIFICACIÓN:

La puesta en valor del patrimonio onubense es necesaria para que toda la ciudadanía conozca su historia para afrontar mejor su futuro.

El patrimonio es definido como un hecho sociocultural por sus manifestaciones de carácter histórico, artístico, etnológico, científico-tecnológico y medioambiental que en conjunción permiten el conocimiento integral de las diferentes sociedades tanto del pasado como del presente. Estos bienes culturales forman parte de sistemas, y la comprensión de su significado y el valor de cada uno de ellos se incrementa cuando se ponen en relación los distintos elementos patrimoniales que los componen.

El desconocimiento de la ciudadanía del gran patrimonio que tiene Huelva, hace necesario poner en marcha proyectos educativos, que fomenten el interés por el mismo. Estos proyectos deberán fomentar, igualmente, el interés por las distintas disciplinas artísticas, así como por las diferentes manifestaciones culturales.

Objetivos estratégicos:

- Poner en valor los elementos patrimoniales de Huelva, y potenciar su uso como recursos culturales, turísticos, didácticos y científicos
- Fomentar el interés por las actividades culturales a través de la creación de programas educativos culturales

Acciones:

Poner en valor los elementos patrimoniales de Huelva y potenciar el uso de estos como recursos culturales, turísticos, didácticos y científicos

- Actualización del catálogo de estos elementos, revisado e interpretado por diferentes expertos en los mismos, y su difusión entre la ciudadanía de Huelva
- Creación de una aplicación informática que recoja los elementos patrimoniales de la ciudad de Huelva de manera explicada
- Garantizar la protección de los yacimientos arqueológicos determinados y posibles
- Elaborar, y poner a disposición de los ciudadanos, guías municipales para la promoción de 'rutas de interés cultural'

Fomentar el interés por las actividades culturales a través de la creación de programas educativos culturales

- Promover un modelo de 'barrio creativo' en el que desde los distritos se organicen talleres artísticos para la ciudadanía (p. ej. artes plásticas, teatro, música, cine, literatura...)
- Crear un museo de la ciencia
- Generar actividades de expresión artística y cultural entre los menores de edad
- Habilitar espacios donde desarrollar actividades artísticas y culturales de carácter aficionado
- Potenciar el asociacionismo entre personas de Huelva con intereses artísticos y culturales afines, y de estas con las de otras poblaciones y/o provincias

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación Provincial, Junta de Andalucía, Asociaciones Culturales, Colegios y Asociaciones Profesionales y otras entidades públicas o privadas que entre sus objetivos figure la promoción de la cultura

Sinergia con otros proyectos: Cultura en los barrios

PROYECTO: PARTICIPACIÓN Y CONCIENCIACIÓN CIUDADANA

JUSTIFICACIÓN:

La actividad de cada persona individualmente contribuye al desarrollo per se de la ciudad. Sin embargo, la creación de una conciencia ciudadana permite canalizar la actividad individual de cada persona más allá de la suma individual de cada una de ellas.

Con este objetivo, desde el Ayuntamiento de Huelva se debe apostar por acciones que sienten las bases para la creación de una conciencia ciudadana, y aprovechar su potencial para hacer una ciudad más habitable. Esto no sólo repercutirá individualmente en el bienestar de cada persona, sino que también permitirá que, en situaciones de crisis como las que vivimos, sirva de colchón para superar las dificultades.

Objetivos estratégicos:

- Promocionar el asociacionismo y voluntariado entre la ciudadanía de Huelva
- Mejorar la comunicación entre el Ayuntamiento y la ciudadanía, mantener informada a la ciudadanía de la actuación de sus representantes políticos, en el ámbito municipal, autonómico y estatal
- Consolidar un canal de participación ciudadana

Acciones:

Promocionar el asociacionismo y voluntariado entre la ciudadanía

- Actualizar el registro de ONG's y asociaciones con implicación en la mejora de Huelva y su ciudadanía
- Puesta a disposición de la ciudadanía de espacios para el asociacionismo.
- Crear la 'semana del voluntariado y asociacionismo' en la ciudad de Huelva.
- Colaborar junto a ONG's y asociaciones a la creación de una web de 'bolsa de voluntariado', para la formación y gestión de las personas que se inscriban en ésta.
- Realizar campañas activas para incrementar la concienciación con los elementos públicos de la ciudad
- Puesta en marcha de agentes mediadores para la resolución de conflictos vecinales.
- Evaluar periódicamente el impacto de las acciones y recursos municipales para conocer su viabilidad y eficiencia.

Mejorar la comunicación entre el Ayuntamiento y la ciudadanía, e información a los/as ciudadanos/as de la actuación de sus representantes políticos

- Difundir, en formato accesible para la ciudadanía, las medidas que se aprueban en el pleno del ayuntamiento y el impacto que tiene para la población
- Crear jornadas de comunicación, por ejemplo cada seis meses, en las que los concejales expliquen públicamente su actividad a la ciudadanía
- Recoger en un informe disponible para la ciudadanía la actuación de los representantes políticos autonómicos y estatales en relación a las necesidades de Huelva

Consolidar un canal de participación ciudadana

- Continuar fomentando la figura del Concejal 28

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Junta de Andalucía, ONG's, Asociaciones de la ciudad

Sinergia con otros proyectos: Proyecto EJE

PROYECTO: CONSEJOS LOCALES

JUSTIFICACIÓN:

Los Consejos locales son órganos que hacen coparticipar al ciudadano con la gestión del Ayuntamiento. A través de estos se fomenta la participación ciudadana, permitiendo al Ayuntamiento conocer las demandas y necesidades de una ciudadanía cambiante en el tiempo. En Huelva están regulados diferentes Consejos Locales, con mayor o menor grado de actividad, y, por tanto, con una eficacia desigual. Es por ello que se hace necesario potenciar la actividad de los ya existentes, adaptándolos a los nuevos tiempos, así como crear nuevos consejos locales que den cobertura a nuevos colectivos.

Objetivos estratégicos:

- Actualizar la normativa de los Consejos locales existentes y dar mayor participación
- Crear un Consejo Local para la Cultura
- Crear un Consejo Local para el Deporte
- Crear un Consejo Local para la Juventud

Acciones:

Actualizar la normativa de los Consejos locales existentes y dar mayor participación

- Revisar la normativa existente para los Consejos Locales, y adaptarlos a los tiempos actuales para hacerlos más eficientes y con poder de decisión
- Diseñar una web y promocionarla entre la ciudadanía para incrementar la participación ciudadana en los ámbitos de la cultura, el deporte y la juventud, en la que participen en las actividades a desarrollar por el Ayuntamiento

Crear un consejo local para la cultura

- Representar al ámbito cultural y artístico mediante la creación de un Consejo Local para la Cultura

Crear un consejo local para el deporte

- Representar a los ciudadanos con intereses deportivos mediante la creación de un Consejo Local para el Deporte

Crear un consejo local para la Juventud

- Representar a los jóvenes mediante la creación de un Consejo Local para la Juventud

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Asociaciones, entidades de distinta naturaleza y personas de cualificación reconocida en el ámbito de actuación del consejo

Sinergia con otros proyectos: Revisión de los reglamentos de los Consejos Locales

6.2. PROGRAMA: URBANISMO, SEÑAS DE IDENTIDAD Y ELEMENTOS PATRIMONIALES

PROYECTO: ORDENACIÓN URBANÍSTICA Y MOVILIDAD

JUSTIFICACIÓN:

En los últimos años se ha venido realizando un gran esfuerzo por transformar la imagen de la ciudad de Huelva. Se han realizado actuaciones sobre avenidas, se ha intentado organizar más adecuadamente el tráfico, haciendo una ciudad más habitable. Sin embargo, son muchas las actuaciones que aún pueden realizarse para mejorar la ordenación urbanística y la movilidad de Huelva, consiguiendo una ciudad más habitables para todos sus residentes, y atractiva para los foráneos. La luz que caracteriza a Huelva, su clima, y su potencial deben ser más adecuadamente puestos en valor.

Objetivos estratégicos:

- Mejorar la imagen urbana de la ciudad
- Mejorar los desplazamientos urbanos

Acciones:

Mejorar la imagen urbana de la ciudad

- Actualizar el Plan Especial de Reforma Interior del Casco Antiguo y el PGOU de Huelva
- Adecuación del mobiliario urbano para transmitir una imagen de ciudad moderna (iluminación, acerado, bancos, arboleda, etc.), combinando criterios estéticos y funcionales
- Acercar la lámina de agua a la ciudadanía, reconvirtiendo los espacios para el disfrute de la ciudadanía
- Diseñar un plan de actuación en los barrios más deteriorados urbanísticamente, y establecer un reformas con criterios estéticos y funcionales
- Rehabilitar los edificios con valor cultural y atractivo turístico, y establecer usos que eviten su degradación
- Creación de nuevos parques que mejoren la imagen de la ciudad (p. ej. en la entrada por Sevilla y en el entorno de la estación de ferrocarriles)
- Revisar el mobiliario y acerado urbano, para adaptarlo a personas con movilidad reducida
- Mejorar la movilidad y accesibilidad viaria y peatonal entre barriadas
- Mejorar el drenaje de aguas en las zonas en las que existe riesgo de inundación
- Potenciar la visibilidad de los yacimientos arqueológicos, actuando sobre los visibles y los 'invisibles'

Mejorar los desplazamientos urbanos

- Estudiar la movilidad dentro de la ciudad para mejorar los desplazamientos y hacer un transporte público más eficiente
- Mejora de la señalización existente
- Ofrecer información on-line sobre el estado del tráfico en la ciudad
- Potenciar la intercomunicación modal con otras ciudades y núcleos urbanos

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: EMTUSA, Junta de Andalucía, Fondos Europeos, Empresas de transportes (p. ej. DAMAS)

Sinergia con otros proyectos: Plan de Movilidad Urbana Sostenible, Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de la Ciudad de Huelva (EDUSI-Huelva)

PROYECTO: HUELVA: CIUDAD DE LOS CABEZOS

JUSTIFICACIÓN:

Las formaciones de los 'Cabezos' o colinas que jalonan la topografía de la ciudad representan uno de los elementos característicos de Huelva capital, que a su vez la diferencia claramente de otras ciudades. Los cabezos han sido considerados tradicionalmente como espacios de interés, tanto por su valor geológico como por su patrimonio histórico.

Los cabezos tienen un impacto negativo sobre la movilidad, dificultando la comunicación entre la ciudad alta y baja. Sin embargo, cualquier actuación en los mismos tiene que partir de su necesaria preservación, para su disfrute por el conjunto de los ciudadanos de Huelva y la potenciación de su valor paisajístico. Con este objetivo, desde el Ayuntamiento de Huelva se pueden desarrollar acciones que sienten las bases para la creación de una conciencia ciudadana, y aprovechar su potencial para hacer una ciudad más habitable.

Objetivos estratégicos:

- Enlazar los diferentes barrios conectando la parte baja de la ciudad con la parte alta, reduciendo las barreras arquitectónicas
- Potenciar el valor de los cabezos, con nuevos equipamientos y espacios libres para el ocio y actividades deportivas, al tiempo que se protege y refuerza su valor paisajístico

Acciones:

Enlazar los diferentes barrios conectando la parte baja de la ciudad con la parte alta, reduciendo las barreras arquitectónicas

- Efectuar un estudio para la estabilización de los taludes.
- Crear senderos peatonales y ciclistas (en su parte baja) que enlacen los distintos niveles, como continuación de los recorridos culturales, así como acondicionarlos para personas con movilidad reducida

Potenciar el valor de los cabezos, con nuevos equipamientos y espacios libres para el ocio y actividades deportivas, al tiempo que se protege y refuerza su valor paisajístico

- Rehabilitar las aceras, miradores y el mobiliario urbano en aquellos cabezos en los que se encuentran deteriorados y en situación de semiabandono
- Transformar las arboledas y arbustos en zonas verdes atractivas
- Actuaciones de carácter dotacional o de ocio y pasarelas de conexión de las zonas bajas y zonas altas de los cabezos
- Crear miradores en los cabezos
- Crear actividades culturales (p. ej. conciertos, exposiciones al aire libre, etc.) que potencien la visita de los cabezos entre la ciudadanía de Huelva
- Promocionar los cabezos como lugares para la práctica deportiva al aire libre.
- Propiciar la instalación de una tirolesa en el Conquero
- Potenciar los cabezos en la imagen exterior de Huelva
- Incluir los cabezos en los itinerarios turísticos
- Desarrollar rutas arqueológicas de yacimientos visibles y potenciar los yacimientos invisibles.

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Junta de Andalucía, Empresas del sector Turístico, Asociaciones de vecinos

Sinergia con otros proyectos: Estrategia de Desarrollo Urbano sostenible e Integrado de la ciudad de Huelva (EDUSI-Huelva)

PROYECTO: INTEGRACIÓN DE LA RÍA

JUSTIFICACIÓN:

La ciudad de Huelva y su ría han estado siempre ligadas entre sí. Durante años, el uso de la ría ha sido principalmente comercial y empresarial, teniendo poco espacio para el disfrute de la ciudadanía. Los avances que se están produciendo a nivel tecnológico hace viable que hoy en día la actividad empresarial y su valor para la ciudadanía puedan convivir conjuntamente. Todo ello propiciado por un buen clima y las vistas desde la misma. Las últimas acciones emprendidas han puesto de manifiesto como es posible recuperar zonas para la ciudadanía, y ésta ha acogido la zona disfrutándola. Desde la expansión del puerto hacia el exterior, ha quedado muy reducida su actividad en el puerto interior, lo que ha generado en la ciudadanía las ganas de poder recuperar el contacto con la ría. Hoy en día es posible reinventar usos que tienen tanto valor para el disfrute ciudadano, como para la implantación de empresas.

Objetivos estratégicos:

- Reformar la zona del paseo marítimo, como una oportunidad para la ciudad de Huelva
- Facilitar la implantación de nuevas empresas dedicadas al ocio y deporte náutico

Acciones:

Reformar la zona del paseo marítimo, como una oportunidad para la ciudad de Huelva

- Limpieza periódica de los residuos sólidos del entorno de la ría y sus orillas.
- Actuación para la puesta en valor del paseo marítimo en la ribera de las Marismas del Odiel, entre el Puente del Odiel y la zona industrial de la carretera de Gibraleón
- Recuperación de la zona entre el muelle de la Compañía de Riotinto y el muelle de Levante
- Apertura y accesibilidad de la ciudad a la ría mediante la creación de carriles multifuncionales, para que no sea necesario desplazarse en coche

Facilitar la implantación de nuevas empresas dedicadas al ocio y al deporte náutico

- Construir pantalanés flotantes, embarcaderos y rampas varadas, de acceso a la ría para poder realizar prácticas náuticas deportivas y/o turísticas.
- Facilitar la implantación de empresas náuticas de ocio y práctica deportiva
- Ampliar la oferta de las actividades de la agenda cultural, turística y de ocio realizadas en la ría y alrededores, además de dar difusión a dichas actividades.

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Puerto de Huelva, Real Club Marítimo de Huelva

Sinergia con otros proyectos: Plan Estratégico del Puerto de Huelva, Estrategia de Desarrollo Urbano sostenible e Integrado de la ciudad de Huelva (EDUSI-Huelva)

PROYECTO: LA HUELLA BRITÁNICA

JUSTIFICACIÓN:

El paso de los británicos por la provincia de Huelva ha dejado marca en toda esta, y de manera considerable en la capital. La cultura, el deporte, las construcciones, deben buena parte de su foto actual al asentamiento británico que se produjo durante el siglo XIX.

En la actualidad, el legado británico es una idiosincrasia reconocida entre la ciudadanía. Sin embargo, tiene más de historia que de huella integrada en el espacio de esta ciudad. De acuerdo con los expertos, se trata de una característica singular insuficientemente aprovechada, cuya investigación y puesta en valor podría tener una notable repercusión en el atractivo de la ciudad y, consecuentemente, en el turismo.

Objetivos estratégicos:

- Potenciar los elementos culturales que la presencia británica tuvo en la ciudad de Huelva
- Impulsar la promoción turística del legado británico en la ciudad de Huelva

Acciones:

Potenciar los elementos culturales que la presencia británica tuvo en la ciudad de Huelva

- Promocionar la investigación sobre los elementos culturales que tuvo la presencia británica en la ciudad de Huelva
- Crear un foro hispánico-británico que anualmente reúna a historiadores sobre esta temática, abierto para la ciudadanía de Huelva
- Rehabilitación contextualizada y puesta en valor de las construcciones británicas en la ciudad de Huelva
- Estudiar el origen y desarrollo de los deportes del legado británico
- Realizar 'Miniolimpiadas' de estos deportes tradicionales
- Crear un museo del deporte con especial relevancia de estos deportes

Impulsar la promoción turística del legado británico en la ciudad de Huelva

- Diseñar una web en inglés y castellano en la que se explique el legado que dejó la cultura británica en Huelva
- Promocionar la huella británica en Reino Unido
- Hacer promoción de la huella británica en los aeropuertos de Faro y Sevilla
- Hacer promoción de la huella británica en Sevilla y el Algarve portugués

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Patronato Provincial de Turismo de Huelva, Junta de Andalucía, Empresas turísticas y mayoristas españolas y británicas

Sinergia con otros proyectos:

6.3. PROGRAMA: HUELVA CULTURAL Y DEPORTIVA

PROYECTO: HUELVA CULTURAL Y ARTÍSTICA

JUSTIFICACIÓN:

Las distintas manifestaciones artísticas como la música, la danza, el teatro, etc. son formas de exteriorizar o de contar la historia, narrar el contexto, en nuestro caso de la ciudad de Huelva. Por esto la cultura también es un legado que se enriquece permanentemente y sirve de base en una sociedad, porque desde ella se transmiten enseñanzas para las siguientes generaciones.

Potenciando el valor de esta cultura en todas sus formas se puede conseguir un enriquecimiento de los ciudadanos, tanto desde el punto de vista individual como colectivo, que ayude al fomento y al disfrute de la creación artística e intelectual, haciendo a las personas más conscientes del valor cultural que la ciudad posee.

Asimismo, el acercamiento de la cultura al público es esencial para que ambos interactúen, por lo que el Ayuntamiento debe fomentar una agenda cultural amplia y variada, además de facilitar el trabajo artístico de los ciudadanos y su exposición. En este sentido, además de dotar a los espacios existentes de una programación constante, variada y de calidad, se deberían:

- Mantener y potenciar las actividades singulares que se vienen dando: Festival de Cine Iberoamericano, Festival Flamenco...
- Recuperar otras que tuvieron un buen arraigo entre los ciudadanos: Muestra Internacional de Danza, Festival de la Canción Iberoamericana, Muestra de Teatro de Calle...
- Diseñar otras nuevas que se fijen al calendario anual de actividades, que contribuyan al enriquecimiento cultural de los onubenses y que nos coloquen en el mapa cultural de Andalucía.

Objetivos estratégicos:

- Potenciar el valor cultural de Huelva
- Potenciar la agenda de actividades culturales de Huelva
- Fomentar el talento cultural y artístico de la ciudadanía de Huelva

Acciones:

Potenciar el valor cultural

- Rehabilitar los edificios de interés que constituyen patrimonio de Huelva para dedicarlos a fines culturales
- Mejorar la iluminación del patrimonio cultural de Huelva
- Identificación y puesta en valor de rutas culturales
- Digitalizar los fondos culturales de la ciudad de Huelva, para facilitar su investigación y uso
- Potenciar el legado de Juan Ramón Jiménez en la ciudad de Huelva
- Poner en valor la actividad artística de otras personalidades reconocidas vinculadas con Huelva (Daniel Vázquez Díaz, Pedro Gómez y Gómez, Antonio León Ortega, Eugenio Hermoso, Gertrude Vanderbilt Whitney, etc.)
- Potenciar los elementos culturales vinculados con el descubrimiento de América
- Desarrollar programas temáticos culturales
- Dar mayor visualización, a través del diseño de una web, al patrimonio cultural de Huelva
- Desarrollar programas de visitas a espacios culturales e históricos de la ciudad

- Liderar sinergias con otros municipios de la provincia para aumentar la programación cultural de manera coordinada
- Diseñar una aplicación para terminales móviles que explique, en diferentes idiomas, los espacios culturales históricos
- Potenciar las excavaciones del patrimonio arqueológico de Huelva y la puesta en valor del mismo

Potenciar la agenda cultural de actividades

- Incrementar la actividad y promoción nacional e internacional del Festival de Cine Iberoamericano con la creación de foros de debate, congresos, publicaciones, etc.
- Potenciar la Feria del libro de Huelva
- Diseñar una nueva web que unifique la oferta cultural municipal de Huelva, y mantenerla actualizada
- Planificar una agenda cultural que contemple, tanto a artistas consolidados, como a otros menos conocidos
- Incrementar las sinergias con la Universidad de Huelva para el desarrollo conjunto de actividades culturales
- Incrementar la colaboración con Fundaciones y centros culturales para atraer obras de artistas de reconocido prestigio
- Celebrar periódicamente actividades de música, teatro, cine, etc. en espacios públicos
- Potenciar las actividades de extensión universitaria entre la ciudadanía

Fomentar el talento cultural y artístico de la ciudadanía de Huelva

- Habilitar espacios en la ciudad para la creación y el desarrollo artístico no profesional, dotarlos adecuadamente y cederlos a los interesados con el compromiso de generar actividades para la ciudadanía
- Crear certámenes artísticos municipales para amateurs, de manera periódica
- Potenciar la animación cultural en la ciudad
- Crear un mercado artístico amateur al aire libre
- Búsqueda de patrocinios públicos y privados, estables en el tiempo, para el apoyo de actividades artísticas/culturales que perduren en el tiempo
- Potenciar la formación avanzada de enseñanzas artísticas

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Empresas del sector cultural, Artistas, Escuela de Arte, Universidad de Huelva, Fundaciones Culturales y Empresas y Entidades de distinta naturaleza

Sinergia con otros proyectos: Festival de Flamenco, Festival de Cine Iberoamericano

PROYECTO: GASTRONOMÍA ONUBENSE

JUSTIFICACIÓN:

La gastronomía de Huelva es rica y variada. El nombre de Huelva está relacionado gastronómicamente con una serie de productos que aunque algunos no se originan en la capital, sí en su provincia y por ello es primordial apostar por ellos, y fomentarlos internacionalmente. Estos productos se les ofrecen tanto a los turistas como a sus ciudadanos en cualquier local onubense, usándolos al natural o como ingredientes en platos elaborados.

El pescado, los moluscos y el marisco; la carne ibérica y sus derivados; la industria vinícola que cada vez consigue mejores vinos y están adquiriendo prestigio internacionalmente; y los frutos rojos son la mejor carta de presentación de Huelva. Todos estos productos, aunque no necesariamente producidos en la ciudad de Huelva, sí encuentran en ésta la ubicación idónea para su comercialización. Es por ello que la ciudad debe ser el adalid, y tiene la oportunidad de convertirse en la referencia para la búsqueda de estos productos.

El reconocimiento actual de Huelva como capital gastronómica es un hecho relevante que debe ser aprovechado para su explotación, no sólo gastronómica, sino para la puesta en valor de la ciudad en su conjunto. Debe ser considerado un punto de partida, y no el final de una trayectoria.

Objetivos estratégicos:

- Potenciar el valor gastronómico de los productos de Huelva
- Incrementar el asentamiento en la ciudad de Huelva de empresas para la comercialización nacional e internacional de productos onubenses

Acciones:

Potenciar el valor gastronómico de los productos de Huelva

- Potenciar la creación en otras ciudades y en aeropuertos de 'tiendas de Huelva' (p. ej. Madrid, Barcelona, aeropuerto de Sevilla, etc.), que se centren en los productos marítimos, hortofrutícolas, cárnicos y vinícolas
- Propiciar jornadas periódicas que atraigan a chefs de prestigio nacional e internacional para que conozcan los productos de Huelva
- Relacionar los productos gastronómicos de Huelva con alimentos saludables
- Potenciar una formación avanzada en gastronomía a través de las Escuelas de Hostelería, vinculada a productos onubenses
- Habilitar espacios en la ciudad para que Huelva se constituya como el 'mercado de los productos onubenses'

Incrementar el asentamiento en la ciudad de Huelva de empresas para la comercialización nacional e internacional de productos onubenses

- Potenciar la sinergia de empresas relacionadas con productos de Huelva
- Potenciar, junto a las empresas del sector, la investigación sobre la conservación de los productos de Huelva
- Introducir incentivos para que las empresas de hostelería potencien la innovación y calidad en sus productos
- Facilitar el asentamiento en la ciudad de Huelva de empresas del sector agrícola, cárnico y vinícola para la exportación nacional e internacional de los productos onubenses

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Empresas y asociaciones del sector pesquero, agrícola, cárnico y vinícola, Universidad de Huelva (OTRI)

Sinergia con otros proyectos: Parque Huelva Empresarial, Huelva Capital Española de la Gastronomía 2017

PROYECTO: PROMOCIÓN DEPORTIVA

JUSTIFICACIÓN:

Denominamos deporte como la recreación, el pasatiempo o el ejercicio físico, realizado normalmente al aire libre, o dicho de otra forma es una actividad física que pone al cuerpo en funcionamiento y que permite que el organismo se mantenga en un buen nivel físico pero que también ayuda a relajarse, liberar tensión y divertirse.

Entre los beneficios del deporte se encuentra la prevención de enfermedades, el control del peso, el fortalecimiento de los huesos, ya que aumenta la densidad ósea, aumenta la resistencia a la fatiga o fomenta la maduración del sistema nervioso motor.

Pero el deporte no es solo una actividad que beneficia a nuestro cuerpo sino que también fortalece el aspecto social, pues se fomentan valores como la honestidad, el trabajo en equipo, el respeto al contrario y el juego limpio. Si bien el deporte es importante para toda la sociedad, lo es sobre todo entre los más jóvenes, pues pueden hacer amigos centrados en actividades sanas, seguras y agradables.

Por todas estas razones, se debe promover entre la ciudadanía la realización de actividades deportivas diversas, promulgando los beneficios que estas conllevan y asegurándose que las instalaciones están preparadas para su uso.

Objetivos estratégicos:

- Potenciar la relación deporte-salud entre la ciudadanía
- Apoyar al deporte de base y promocionar la práctica deportiva amateur
- Buscar nuevos nichos deportivos
- Potenciar la realización de eventos deportivos en la ciudad

Acciones:

Potenciar la relación deporte-salud entre la ciudadanía

- Diseñar un catálogo en el que se recojan las instalaciones que permiten la ejecución de distintos deportes y ponerlo accesible al ciudadano
- Incrementar los horarios de los centros municipales de deporte para adaptarlos a las necesidades de la ciudadanía, teniendo presente los horarios laborales
- Planificar actividades deportivas orientadas a los jóvenes los fines de semana
- Organizar eventos de difusión de la mejora de la salud por la práctica deportiva en colaboración con las entidades de salud de Huelva y la Universidad de Huelva
- Elaborar campañas de prevención de riesgos y promoción del deporte para la disminución de las enfermedades cardiovasculares
- Buscar sinergias con las empresas y firmas de convenios para la promoción deportiva entre los trabajadores
- Favorecer la creación de líneas de transporte con origen en Huelva que permitan la realización de actividades deportivas en la provincia de Huelva (senderismo, running, etc.)
- Creación de una 'Farmacia del Deporte' que ayude en la realización de actividades deportivas con prescripción médica

Apoyar el deporte de base y promocionar la práctica deportiva amateur

- Potenciar la formación de técnicos deportivos
- Invertir en la mejora, creación y dotación de instalaciones deportivas al aire libre, haciéndolas accesibles a personas con discapacidades y personas mayores
- Adecuar los horarios de las instalaciones deportivas de los centros educativos existentes a las necesidades de los estudiantes
- Establecer ayudas para las asociaciones que potencien el deporte de base y a personas con discapacidad
- Promover programas deportivos en los centros educativos en los que se otorguen premios a los colegios
- Mejorar la coordinación del Ayuntamiento con las asociaciones y empresas dedicadas al deporte para incrementar la promoción
- Potenciar un 'carnet único' que permita la práctica deportiva en todas las instalaciones municipales

Buscar nuevos nichos deportivos

- Diversificar los deportes a practicar en los centros educativos y mejorar las instalaciones para su práctica
- Incrementar notablemente la potenciación de prácticas deportivas náuticas, a través de la instauración de instalaciones y promoción entre la ciudadanía

Potenciar la realización de eventos deportivos en la ciudad

- Búsqueda de sinergias con empresas deportivas para la financiación de actividades
- Potenciar ferias, jornadas y certámenes que tengan como base la práctica del deporte
- Potenciar junto a la Universidad de Huelva un plan de práctica deportiva entre los estudiantes universitarios

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Empresas del sector deportivo y grandes empresas que puedan patrocinar actividades culturales, Organismos y empresas dedicadas a la Salud, Universidad de Huelva, Clubes Deportivos de Huelva

Sinergia con otros proyectos: Proyecto EJE

6.4. PROGRAMA: BIENESTAR PARA TODOS/AS

PROYECTO: LA HUELVA MÁS SOCIAL

JUSTIFICACIÓN:

La crisis económica que comenzó en 2008 y de la que actualmente todavía no nos hemos recuperado ha incrementado notablemente las diferencias sociales y económicas entre los ciudadanos. La falta de trabajo o el trabajo precario, el aumento de los precios, la falta de subvenciones o ayudas está dejando a muchas personas al borde de la exclusión social.

Para disminuir estas diferencias hay que crear medidas que eviten la exclusión de las personas más desfavorecidas, no sólo desde el punto de vista social, sino también cultural o deportivo, trabajando en las personas y en el lugar donde viven, para así ir reduciendo estas diferencias entre los residentes de la ciudad y potenciar la integración de las personas que más lo requieran.

Es éste uno de los ámbitos donde más puede incidir el Ayuntamiento con sus políticas, tratando de generar unas condiciones de igualdad para toda la ciudadanía.

Objetivos estratégicos:

- Potenciar modelos integrativos de los habitantes de Huelva
- Reducir el riesgo de exclusión de las personas más necesitadas
- Potenciar el uso de servicios y espacios públicos para las personas con discapacidad

Acciones:

Potenciar modelos integrativos de los habitantes de Huelva

- Crear, basado en los análisis de modelos de integración social de personas en exclusión social de otras ciudades, un plan adaptado a las personas y características de la ciudad de Huelva
- Incrementar la cooperación con las ONG's y asociaciones de ámbito social, cultural y deportivo para el desarrollo de programas locales que reduzcan la exclusión
- Puesta en marcha de proyectos de participación-acción-investigación de ámbito social
- Desarrollar y promocionar una guía de fácil acceso para las personas que puedan necesitar atención social
- Evaluar periódicamente las acciones sociales que se desarrollan y valorar en términos de su impacto alcanzado
- Incrementar las actividades culturales y deportivas de las zonas con mayor desarraigo social
- Diseñar un plan de choque para la mejora del urbanismo de las zonas más deterioradas

Reducir el riesgo de exclusión de las personas más necesitadas

- Analizar la viabilidad de reducir las ayudas económicas directas, y modificarlas e incrementarlas vinculándolas a la formación y empleo para las personas más desfavorecidas
- Cooperar junto a las ONG's y asociaciones para el diseño y puesta en práctica de un sistema de distribución de alimentos que no estigmatice
- Incrementar las plazas de alojamiento con financiación municipal para los más desfavorecidos
- Crear un servicio de emergencia social compuesto de equipos multidisciplinares
- Reforzar los servicios de comedor y actividades extraescolares en los colegios para aquellas familias con dificultades económicas
- Diseñar un plan de formación y empleo junto a las empresas de Huelva para la apertura al mercado laboral a las personas más desfavorecidas y con discapacidad
- Fortalecimiento de empresas sociales cuyo objetivo prioritario sea la integración de personas desfavorecidas y con discapacidad
- Incrementar el asociacionismo en las zonas de mayor riesgo de exclusión

Potenciar el uso de servicios y espacios públicos para las personas con discapacidad

- Instalar accesos para personas con discapacidad en todos los autobuses
- Impulsar el incremento de la flota de taxis adaptados para personas con discapacidad
- Suprimir obstáculos en las aceras para adaptarlas a personas con movilidad reducida
- Habilitar espacios en los parques y zonas verdes para la práctica deportiva de las personas con discapacidad

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Empresas de Huelva, ONG's y asociaciones

Sinergia con otros proyectos: Plan Municipal de Drogodependencias, Programa de Desarrollo Gitano, Programa de Intervención con Familias Desfavorecidas, Programa de Zonas con Necesidades de Transformación Social, Plan de Accesibilidad de la ciudad de Huelva

PROYECTO: EL FUTURO DE HUELVA: SUS JÓVENES

JUSTIFICACIÓN:

El desempleo se ha incrementado notablemente entre los jóvenes en todo el ámbito nacional, alcanzando tasas alarmantes. Uno de los colectivos más perjudicados por esta falta de empleo ha sido el de los jóvenes. El cierre de muchas pequeñas y medianas empresas o el despido de multitud de trabajadores de las más grandes, además de la restricción de financiación por parte de los bancos, ha dejado a muchos jóvenes preparados sin la opción de tener un trabajo que les permita su independencia, por lo que han tenido que buscar un futuro fuera de su país.

Para que este sector de la sociedad tenga un lugar en el mercado laboral se deben impulsar políticas que ayuden a los jóvenes a formarse, a trabajar por primera vez y ganar experiencia, o bien a que adquieran la actitud emprendedora que les permita crear sus propias empresas. En este sentido, el Ayuntamiento de Huelva reforzó el Programa Municipal de Viveros de Empresas, sumando servicios de asesoramiento y una oferta de talleres formativos específicos a la cesión temporal de despachos para emprendedores y al apoyo financiero con los microcréditos disponibles en virtud de los convenios con diversas entidades financieras.

Objetivos estratégicos:

- Impulsar la actividad laboral de los jóvenes
- Favorecer la creación de empresas por parte de los jóvenes

Acciones:

Impulsar la actividad laboral de los jóvenes

- Impulsar un plan de becas de formación-empleo, junto a las empresas de Huelva, para favorecer primeras oportunidades laborales a los jóvenes que han finalizado los estudios
- Promover acciones formativas concretas para los jóvenes, en colaboración con las necesidades de las empresas de Huelva
- Activar un plan de becas para que los jóvenes con menos recursos puedan estudiar y obtener becas municipales a través de una actividad laboral reducida en empresas de Huelva

Impulsar la creación de empresas por parte de los jóvenes

- Promocionar el emprendimiento entre los jóvenes de la ciudad de Huelva
- Crear espacios y dotarlos para que los jóvenes emprendedores puedan iniciar su actividad
- Crear un fondo económico para apoyar a los jóvenes en la creación de empresas que puedan tener un alto valor económico y social
- Impulsar el retorno de jóvenes con talento que hayan tenido que emigrar de Huelva, ya sea para la implantación de nuevas empresas por parte de estos, o para desarrollar su actividad laboral en empresas ya existentes

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Federación Onubense de Empresarios, Universidad de Huelva, Cámara de Comercio

Sinergia con otros proyectos: Plan de Empleo Municipal, Programa Emple@Joven y Emple@30+

PROYECTO: HUELVA POR LA IGUALDAD DE GÉNERO

JUSTIFICACIÓN:

Aunque se ha avanzado mucho, es un hecho que en la sociedad actual sigue habiendo un problema de desigualdad de género. Esta desigualdad se expresa en diferentes aspectos, como en el laboral, económico, deportivo o social, incluyendo en este último las diferencias en las actividades del hogar. No hay que olvidar que por encima de estas desigualdades existe un problema mayor como la violencia de género y que debe ser prioritario su eliminación total de la sociedad.

Para disminuir estas diferencias se debe, por tanto, concienciar a la sociedad en la importancia de una relación de igualdad entre mujeres y hombres, educando en esta relación saludable desde la infancia. También desde las administraciones y el sector privado hay que potenciar esta igualdad y evitar las diferencias económicas o laborales.

Por último, se debe realizar el máximo esfuerzo para proteger y ayudar a las mujeres en riesgo de sufrir malos tratos o que ya lo han sufrido, colaborando conjuntamente con todas las instituciones sensibilizadas en esta temática

Objetivos estratégicos:

- Incrementar la concienciación de la ciudadanía de Huelva por la igualdad de género
- Potenciar la igualdad de género en el ámbito laboral, cultural y deportivo
- Potenciar las ayudas y la seguridad de las mujeres en riesgo de violencia de género

Acciones:

Incrementar la concienciación de la ciudadanía de Huelva por la igualdad de género

- Diseñar campañas publicitarias que fomenten la implicación de los hombres en las actividades diarias de los hogares
- Diseñar talleres para hombres para formarlos en actividades diarias del hogar (cocinar, limpieza, compras, uso de electrodomésticos, etc.)
- Crear un sistema de reconocimiento municipal para los hombres que presenten una alta implicación en las actividades diarias del hogar
- Establecer horarios de servicios municipales que sean conciliadores con las mujeres, ya sean trabajadoras de sus hogares o trabajen laboralmente
- Desarrollar talleres escolares en las que niños y niñas tengan que cooperar por igual para la consecución de metas

Potenciar la igualdad de género en el ámbito laboral, cultural y deportivo

- Potenciar el desarrollo de proyectos de empleo local desarrollados en igualdad por hombres y mujeres
- Revisar los órganos directivos de las empresas y organismos municipales y establecer cuotas de género
- Revisar las plantillas de las empresas y organismos municipales, y establecer cuotas de género
- Reconocer mediante premios a las empresas con una política empresarial fundamentada en la igualdad de género
- Potenciar planes de formación profesional específicos para mujeres

Potenciar las ayudas y la seguridad de las mujeres en riesgo de sufrir malos tratos y que lo hayan sufrido

- Puesta a disposición para las mujeres que han sufrido maltrato o están en riesgo de padecerlo, los recursos municipales especializados
- Realizar campañas de publicidad en contra de la violencia física y psicológica de las mujeres

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Junta de Andalucía, Empresas, Universidad de Huelva , Instituto Andaluz de la Mujer

Sinergia con otros proyectos: Plan Local de la Mujer

6.5. PROGRAMA: HUELVA NATURAL

PROYECTO: OCIO VERDE

JUSTIFICACIÓN:

Las áreas verdes de las ciudades son claves para mejorar la salud de la población, ya que actúan renovando el aire contaminado por limpio, al tiempo que relajan y suponen una evasión necesaria para olvidar el hormigón, constituyendo burbujas de naturaleza.

La ciudad de Huelva cuenta con un medio natural rico y único, con amplias marismas que albergan una gran variedad de vida, tanto animal como vegetal, y que no está correctamente explotado para su uso y disfrute sostenible. También en la propia ciudad hay zonas verdes, como el Parque Moret, uno de los más amplios de Andalucía, pero no son suficientes o no hay actividades que desarrollar.

Por tanto, la creación de nuevas y amplias zonas verdes, y la dotación de las mismas con instalaciones para su uso, debe ser una prioridad para la ciudad de Huelva, potenciando el valor del ocio verde al aire libre.

Objetivos estratégicos:

- Potenciar el uso del Patrimonio Natural y puesta en valor de zonas verdes (Parque Moret, las Marismas, la Ría, Humedales, etc.)
- Dotar de instalaciones para la práctica deportiva en las zonas verdes y ampliarlas en aquellas que sea necesario.

Acciones:

Potenciar el uso del Patrimonio Natural y puesta en valor de zonas verdes

- Introducción de mejoras y habilitación de espacios de ocio del paseo marítimo que va desde el Puente del Odiel a la zona industrial de la Carretera de Gibraleón.
- Diseñar y ejecutar un plan de mejora de los jardines y parques de Huelva
- Renovación de áreas recreativas, modernizando el mobiliario y mejorando las infraestructuras de los parques y zonas verdes del casco urbano de la ciudad.
- Incluir accesos, mobiliario recreativo y equipos deportivos especiales para discapacitados en los parques
- Promocionar el valor de los parques existentes entre la ciudadanía de Huelva
- Ampliar la Reserva de la Biosfera hacia el término municipal de Huelva sin limitar el desarrollo.
- Crear una gran zona verde metropolitana, en el acceso de Huelva por la autovía A49, que sirva para el ocio, actividades culturales al aire libre y deportivas, mejorando la imagen de la ciudad por esta zona
- Conectar la Ría con el centro de la ciudad a través de un gran parque en los alrededores de la estación de trenes

Dotar de instalaciones para la práctica deportiva en las zonas verdes y ampliarlas en aquellas que sea necesario

- Habilitar en 'espacios verdes' zonas para la práctica de deportes al aire libre (p. ej. skate, running, escalada, tenis de mesa, piragüismo, etc.).

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Empresas, Universidad de Huelva, Asociaciones y federaciones deportivas de ocio y deporte

Sinergia con otros proyectos: Parque Natural Marismas del Odiel, Proyecto EJE, Estrategia de Desarrollo Urbano sostenible e Integrado de la ciudad de Huelva (EDUSI-Huelva)

PROYECTO: MOVILIDAD MUNICIPAL SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN:

La movilidad sostenible es un modelo alternativo de movilidad que disminuye los aspectos perjudiciales de la movilidad tradicional, como el modelo de transporte urbano basado en el coche particular.

La movilidad sostenible pretende llevar a cabo prácticas de movilidad responsable, como el desplazamiento a pie o bicicleta, el uso del transporte público, compartir coche o fomentar las nuevas tecnologías alternativas al uso de combustibles fósiles, como el coche eléctrico.

La ciudad de Huelva debe promover entre sus ciudadanos este transporte alternativo que benefician a toda la sociedad.

Objetivos estratégicos:

- Incrementar y mejorar los espacios peatonales y la red de carriles bicis
- Potenciar entre los ciudadanos modos de movilidad no motorizados (transporte público, de bicicletas, desplazamiento a pie, etc.)
- Reducir la contaminación generada por transportes públicos y privados

Acciones:

Incrementar y mejorar los espacios peatonales y la red de carriles bicis

- Mejorar y ampliar la infraestructura del 'Carril Bici' a todos los barrios de Huelva
- Crear espacios peatonales, libres de tráfico (sólo residentes y actividad comercial) en todos los barrios de Huelva
- Habilitar espacios para el aparcamiento de bicicletas
- Crear una red de bicicletas municipal, junto a bonos que permitan su uso

Potenciar entre los ciudadanos modos de movilidad no motorizados

- Difundir los tiempos de desplazamiento en coche, bicicleta y andando entre distintas zonas de la ciudad
- Elaboración de una 'Guía de Movilidad Urbana Sostenible'.
- Organizar jornadas de 'bicicleta' mensual o bimensualmente para mostrar los tiempos de desplazamiento entre distintas zonas de la ciudad

Reducir la contaminación generada por transportes públicos y privados

- Crear un sistema de transporte-lanzadera entre centros de salud y formación de la 'periferia', para evitar el uso del transporte privado
- Mejorar la eficiencia a través de la puesta en marcha de transporte metropolitano de los pueblos cinturones de la ciudad, hasta el destino final del usuario, para evitar la entrada masiva de coches de los pueblos periféricos que trabajan en Huelva
- Diseñar un sistema web para organizar que los ciudadanos que se desplazan desde sitios similares y hacia sitios próximos compartan coche. Promocionarlo especialmente en los centros de trabajo con elevado número de trabajadores
- Renovar la flota de autobuses urbanos incorporando autobuses menos contaminantes
- Reducir los impuestos para los vehículos menos contaminantes
- Instalar un nuevo sistema de información on-line a la ciudadanía sobre la frecuencia del transporte público, rutas, tiempos de llegada a las paradas y horarios de salida
- Limitar el uso de vehículos de alto tonelaje (vehículos pesados) por el centro de la ciudad o cuando menos en la zona peatonal

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Empresas, Universidad de Huelva, EMTUSA

Sinergia con otros proyectos: Plan de Accesibilidad de la ciudad de Huelva, Plan de Fomento de la Movilidad Urbana Sostenible de Huelva, Estrategia de Desarrollo Urbano sostenible e Integrado de la ciudad de Huelva (EDUSI-Huelva)

PROYECTO: MEDIO AMBIENTE Y SALUD

JUSTIFICACIÓN:

La historia reciente de la ciudad de Huelva está estrechamente ligada a la industria química, generando a lo largo de los años un impacto negativo, tanto en el exterior como en la propia ciudad.

El impacto real de esta industria debe ser profundamente estudiado desde el punto de vista medioambiental y de la salud, y que la población conozca los resultados. También existe la necesidad de los ciudadanos de conocer los diferentes parámetros medioambientales desde una fuente fiable como el Ayuntamiento, y de saber las medidas a tomar en el caso de producirse valores altos de polución.

Por otra parte, la necesidad de una ciudad limpia es esencial para la imagen de la ciudad, ya que no sólo debe mostrar su mejor cara frente al turista, sino que debe buscar el mayor bienestar del propio ciudadano.

Objetivos estratégicos:

- Potenciar la investigación sobre medioambiente y salud y difundir sus resultados entre la población
- Incrementar la información a la ciudadanía e informar a esta sobre la polución de Huelva

Acciones:

Potenciar la investigación sobre medioambiente y salud y difundir sus resultados entre la población

- Apoyar la investigación sobre medioambiente y salud con una línea de financiación para estos proyectos, así como buscar la creación e integración de grupos de grupos de investigación de la Universidad, el área hospitalaria, las empresas y las asociaciones

Incrementar la información a la ciudadanía e informar a esta sobre la polución de Huelva

- Organizar jornadas divulgativas en espacios al 'aire libre' para la difusión de resultados medioambientales y de salud
- Impartir charlas en los colegios sobre medioambiente y salud, así como concienciar sobre la necesidad de mantener a Huelva limpia
- Promocionar en medios de comunicación locales la creación de un espacio para debatir sobre medioambiente.
- Crear una Web municipal en la que incluir una 'ventanilla' de medioambiente y salud.
- Instaurar unos indicadores de contaminación, enlazados con las entidades correspondientes, de forma que mediante un sistema de clara comprensión para el ciudadano se obtenga información a tiempo real del estado de la contaminación, implicaciones para la salud, medidas de actuación, etc.
- Informar sobre el grado de cumplimiento de la ciudad de Huelva del acuerdo de reducción de CO₂
- Elaborar un protocolo de actuación, entre expertos, que le sirva de información al ciudadano respecto al riesgo químico y medioambiental, y cómo actuar, difundiéndolo a través de la web y espacios publicitarios.

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Medios de Comunicación, Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Empresas, Universidad de Huelva

Sinergia con otros proyectos: Plan Local de Salud de la Ciudad de Huelva, Estrategia de Desarrollo Urbano sostenible e Integrado de la ciudad de Huelva (EDUSI-Huelva)

6.6. PROGRAMA: DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

PROYECTO: EL PUERTO COMO PUERTA PARA EL DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN:

En los últimos años, la Autoridad Portuaria de Huelva, viene haciendo una acertada gestión de diversificación, proyección y ampliación del puerto, con obras como el Muelle Sur, que le permite estar preparado para la ubicación de una Terminal de frutas y viajeros, así como de una Terminal de contenedores.

Varios proyectos en España junto con La Plataforma Intemodal del Puerto de Huelva, han sido seleccionados por la Comisión Europea para la segunda convocatoria del mecanismo financiero 'Conecta Europa'. Dichos fondos se dedican a la financiación de infraestructuras de transportes como los corredores del Mediterráneo o del Atlántico.

Está claro que hay que apostar por mejorar el transporte marítimo. Muchos proyectos se realizarán en el Puerto de Huelva, posicionándose como salida de las exportaciones hortofrutícolas españolas, ya que la exportación andaluza de hortalizas se mantienen al alza.

También las Autoridades Portuarias están trabajando en el sector turístico, gestionando la llegada de buques con elevados número de pasajeros que atracan en nuestro puerto. A pesar de ello, hay que seguir haciendo acciones que potencien aún más el desarrollo del puerto como entidad y como elemento para el disfrute de la ciudadanía de Huelva

Objetivos estratégicos:

- Mejorar la conexión marítima internacional
- Atraer al Puerto de Huelva empresas que requieran de la exportación de sus productos
- Integrar a la ciudad en el Puerto de Huelva

Acciones:

Mejorar la conexión marítima internacional

- Facilitar la tramitación de gestiones municipales para el crecimiento del Puerto de Huelva
- Mejorar la imagen de la terminal de pasajeros del Puerto de Huelva
- Actuar, conjuntamente con el Puerto de Huelva, para incrementar las líneas de transporte marítimo que llegan hasta Huelva, potenciando la imagen de Huelva y su cercanía con Sevilla y el Algarve Portugués

Atraer al Puerto de Huelva empresas que requieran de la exportación de sus productos

- Promocionar al Puerto de Huelva como centro logístico, para que constituya el puerto de referencia para la exportación de empresas ubicadas en el sur de Portugal y regiones como Extremadura, la provincia de Huelva y provincias próximas a Huelva
- Contribuir junto al Puerto de Huelva para potenciar y promocionar la 'zona franca' que posibilite el asentamiento de nuevas empresas
- Potenciar la creación de empresas 'on-line' para el comercio exterior
- Diseñar un plan para facilitar la llegada por, carretera y ferrocarril, de mercancías directamente al Puerto de Huelva

Integrar a la ciudadanía en el Puerto de Huelva

- Construir pantalanes flotantes, embarcaderos y rampas varadas para facilitar el deporte náutico y la implantación de empresas de pequeño tamaño
- Realizar un museo en el Puerto de Huelva que muestre su historia
- Reforzar la implicación del Puerto de Huelva sobre su responsabilidad social con la ciudadanía

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Cámara de Comercio, Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Autoridad Portuaria de Huelva, Instituciones Estatales

Sinergia con otros proyectos: Zona Franca Huelva, Plan Estratégico del Puerto de Huelva



PROYECTO: POTENCIACIÓN DEL SECTOR EMPRESARIAL CONSOLIDADO DE HUELVA

JUSTIFICACIÓN:

El sector industrial tiene una relevancia importante en Huelva, y ha sido desde los años 60 uno de los principales factores de desarrollo económico de la ciudad. Aun así, el progreso social y tecnológico que estamos sufriendo también debe hacerse patente en el sector industrial.

La industria, por tanto, debe participar y cooperar en proyectos comunes entre las distintas empresas industriales, además de contribuir junto con la Universidad para desarrollar programas de I+D+i que permitan la creación de nuevos puestos de trabajo y una mayor integración con la ciudadanía.

Objetivos estratégicos:

- Contribuir junto a las empresas en mejorar la competitividad de las empresas del sector industrial de Huelva sin coste social
- Acercar el sector industrial a la ciudadanía

Acciones:

Contribuir, junto a las empresas en mejorar la competitividad de las empresas del sector empresarial de Huelva, sin coste social

- Diseñar junto a las empresas del sector un plan para detectar las necesidades de las empresas de cara a mejorar su competitividad
- Diseñar junto a las empresas del sector un plan de sinergias entre ellas que permita identificar nuevos nichos de mercado
- Potenciar en Huelva empresas dedicadas al reciclaje y utilización de los desechos que generan las empresas del sector industrial
- Potenciar el desarrollo vertical de la industria agroalimentaria, creando un mercado de origen en la capital
- Favorecer la I+D+i a través de:
 - Identificación de grupos de investigación de la Universidad implicados en el sector industrial y puesta en marcha de la investigación básica desarrollada por éstos
 - Búsqueda conjunta de proyectos de I+D+i de financiación nacional y europea
 - Facilitar la creación de empresas vinculadas a la investigación sobre la reutilización de los desechos que produce el sector industrial

Acercar el sector empresarial a la ciudadanía

- Diseñar un plan de responsabilidad social de las empresas para lograr un mayor bienestar de la ciudadanía

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Cámara de Comercio, Agencia IDEA, Universidad de Huelva, Federación Onubense de Empresarios, Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas (AIQBE), Entidad Pública Empresarial de Suelo (SEPEs)

Sinergia con otros proyectos: Parque Huelva Empresarial

PROYECTO: DESARROLLO DE LAS PYMES

JUSTIFICACIÓN:

Las PYMES (pequeñas y medianas empresas) cumplen un rol fundamental en la economía de todos los países, concretamente en España la mayoría de las empresas corresponden a PYMES. Se caracterizan por tener una gran capacidad para adaptarse a las constantes fluctuaciones del mercado, ofrecen la posibilidad de innovar, primar la individualización frente a la estandarización, entre otras.

Por estos motivos, se debería proporcionar ayudas desde las instituciones públicas para que las PYMES obtengan los recursos necesarios por parte de las entidades bancarias y que se facilite la cooperación entre ellas.

Objetivos estratégicos:

- Consolidar las PYMES existentes
- Potenciar la creación de nuevas PYMES fundamentadas en la innovación

Acciones:

Consolidar las PYMES existentes

- Fomento de la innovación a través del estudio de las necesidades actuales e incorporación de elementos innovadores en las PYMES
- Elaboración periódica de un plan con los elementos innovadores actuales del mercado para las PYMES existentes en Huelva (dar a conocer elementos innovadores tecnológicos que los propietarios de PYMES pueden desconocer) y difundirlos
- Potenciar la distribución de los productos de las PYMES a través del comercio electrónico
- Cooperar junto a los bancos para establecer líneas de créditos para apoyar las PYMES de Huelva
- Elaboración de planes sectoriales para las PYMES de Huelva

Potenciar la creación de nuevas PYMES fundamentadas en la innovación

- Hacer más eficiente la atención a los emprendedores y facilitar la creación y puesta en marcha de nuevas PYMES
- Crear foros donde se reúnan emprendedores e inversores que puedan ayudar al desarrollo de los proyectos
- Apoyar económicamente proyectos de emprendedores con alto potencial para su desarrollo, que implique innovación y contribuya a la creación de empleo
- Habilitar espacios municipales para la implantación de PYMES fundamentadas en la innovación tecnológica de los sectores productivos de Huelva
- Fomentar el asociacionismo entre emprendedores onubenses

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Red Andalucía Emprende, Cámara de Comercio, Agencia IDEA, Universidad de Huelva, Federación Onubense de Empresarios

Sinergia con otros proyectos: Plan de Empleo Municipal

PROYECTO: INTERCONEXIÓN DE HUELVA

JUSTIFICACIÓN:

La interconexión entre ciudades es importante debido a que se facilita la apertura del mercado, existe mayor disponibilidad de desplazamiento, tanto por motivos turísticos como laborales, además de conseguir un mayor acercamiento de empresas externas a la ciudad.

La interconexión de Huelva con el resto de España ha sido una constante reclamación entre la ciudadanía. A pesar de ello, poco se ha conseguido, pero no por ello se debe renunciar a que Huelva posea una mejor conexión que mejore las oportunidades laborales y el disfrute de la ciudadanía.

Si bien el Ayuntamiento tiene pocas competencias en este marco, sí debe convertir la reclamación de mejores conexiones para Huelva en un caballo de batalla con aquellas administraciones y empresas competentes en estos servicios. Se trata, pues, que desde el Ayuntamiento se considere prioritario la reclamación de las infraestructuras y los servicios necesarios.

Objetivos estratégicos:

- Incrementar la conexión de Huelva con otras provincias nacionales y Portugal para la llegada de mercancías y productos
- Incrementar la conexión de Huelva con otras provincias nacionales y Portugal que favorezca la llegada de personas, y mejorar las instalaciones

Acciones:

Incrementar la conexión de Huelva con otras provincias nacionales y Portugal para la llegada de mercancías y productos

- Establecer como prioritario la creación de nuevas conexiones ferroviarias que permitan la llegada y distribución de mercancías y productos de Huelva:
 - Reclamando el incremento de la frecuencia de trenes desde y hasta Huelva
 - Reclamando la creación de líneas que unan a Huelva con el sur de Portugal
- Crear un nodo en Huelva donde llegue las mercancías y productos (por vía ferroviaria y carretera), y facilitar desde ahí su distribución a las empresas

Incrementar la conexión de Huelva con otras provincias nacionales y Portugal que favorezca la llegada de personas y mejorar las instalaciones

- Reclamar, insistentemente, el incremento de la frecuencia del transporte ferroviario para pasajeros existente en su conexión con Sevilla y otras provincias de España (especialmente Extremadura)
- Potenciar el establecimiento de conexiones ferroviarias con Portugal
- Establecer un parque alrededor de la estación de trenes, y equiparlo con parking público para el estacionamiento
- Crear un sistema de lanzaderas por carretera desde los aeropuertos de Faro y Sevilla para la llegada de turistas

Nivel de prioridad: Alta

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Puerto de Huelva, ADIF

Sinergia con otros proyectos:

PROYECTO: DESARROLLO TURÍSTICO

JUSTIFICACIÓN:

España es uno de los países mejor valorados en cuanto a su calidad turística. Esto se debe al gran valor de sus recursos culturales, sus infraestructuras, así como el uso de aplicaciones digitales y la calidad del profesional del turismo.

La provincia de Huelva es un buen destino turístico, tanto por su turismo de verano como su turismo rural. A pesar de ello, la ciudad de Huelva tiene un mayor potencial para exhibir y atraer a turistas tanto nacionales como internacionales. El medio natural en el que está inmersa (playas, marismas, cabezos, etc), sus monumentos y edificios emblemáticos, la gastronomía, el legado británico o el Descubrimiento de América, constituyen valores a explotar con una dimensión turística, que aún están lejos de alcanzar su justo nivel.

Objetivos perseguidos y su relación con las acciones:

- Incrementar y potenciar la imagen turística de Huelva
- Mejorar los servicios turísticos en Huelva

Acciones:

Potenciar la imagen turística de Huelva

- Realizar una investigación sobre la llegada de turistas, intereses turísticos y deficiencias detectadas por éstos, y proponer y ejecutar acciones
- Realizar un estudio sobre las tendencias del mercado turístico y el potencial que ofrece la ciudad de Huelva, y proponer y ejecutar acciones
- Crear una marca propia de turismo para la ciudad de Huelva
- Realizar campañas 'agresivas' de turismo en Huelva en aeropuertos y poblaciones próximas (Algarve Portugués, Sevilla, Cádiz) que ofrezcan información integrada sobre patrimonio, actividades culturales, gastronomía y práctica deportiva
- Realizar campañas de promoción turística en los países nórdicos, que destaquen, además, el clima
- Promocionar la gastronomía como elemento de interés turístico
- Potenciar la realización de Congresos, ferias, jornadas, etc. en la ciudad de Huelva, realización de una agenda con las mismas y hacer una amplia difusión a través de la web
- Utilizar las actividades culturales de envergadura y el patrimonio cultural como reclamo turístico
- Mejorar los servicios turísticos en Huelva
- Diseñar un plan de formación turística para los profesionales de este ámbito
- Reforzar entre los habitantes de Huelva la imagen turística de la ciudad
- Establecer señalizaciones de paseos turísticos temáticos en Huelva
- Diseñar apps que unifiquen los elementos turísticos y la actividad cultural de Huelva
- Diseñar, junto a las empresas del sector, 'paquetes turísticos' que combinen estancias en la ciudad de Huelva y en los pueblos de la provincia
- Mejorar la conexión entre la estación de autobuses y la estación de trenes
- Mejorar la conexión entre la ciudad de Huelva y las zonas rurales de la provincia de Huelva y el Algarve portugués
- Potenciar espacios para 'turismo alternativo', como por ejemplo el avistamiento de aves y especies autóctonas de la Ría

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Empresas del sector, Cámara de Comercio

Sinergia con otros proyectos: Huelva capital de la gastronomía española 2017, Estrategia de Desarrollo Urbano sostenible e Integrado de la ciudad de Huelva (EDUSI-Huelva)

PROYECTO: LA UNIVERSIDAD Y EL COMPLEJO HOSPITALARIO COMO MOTOR ECONÓMICO Y SOCIAL

JUSTIFICACIÓN:

La Universidad de Huelva constituye una de las instituciones más apreciadas por la ciudadanía onubense. Prueba de ello fueron las manifestaciones de ésta a favor de la Universidad, que dieron sus frutos en el año 1992.

Desde entonces hasta la actualidad, la Universidad ha realizado moderadamente bien su actuación como institución. Sin embargo, es necesario dar un paso más allá y conseguir hacer una Universidad más al servicio de la ciudadanía de Huelva, y ello sólo se consigue con los adecuados lazos institucionales y reconociendo su potencial.

Por otro lado, el Complejo Hospitalario Universitario de Huelva presta asistencia sanitaria especializada a los ciudadanos de Huelva capital, disponiendo de un personal altamente cualificado y una investigación acreditada.

En este sentido, es necesario estrechar lazos para que las actuaciones que reviertan sobre los onubenses puedan llevar el sello de ambas instituciones.

Objetivos perseguidos y su relación con las acciones:

- Incrementar la coordinación con la Universidad y el complejo hospitalario para el bienestar de la ciudadanía

Acciones:

Incrementar la coordinación con la Universidad u el complejo hospitalario para el bienestar de la ciudadanía

- Establecer a la Universidad y al complejo hospitalario como órganos de asesoramiento estables para aquellos aspectos que requieran la investigación científica en la ciudad
- Crear una alianza estable con la Universidad y el complejo hospitalario para la búsqueda de financiación en proyectos de I+D+i nacionales y europeos
- Tener a la Universidad de Huelva como entidad de referencia prioritaria para la formación de los técnicos que trabajan en el Ayuntamiento y empresas públicas
- Facilitar la traslación de la investigación básica realizada en la Universidad y el complejo hospitalario en la ciudad de Huelva
- Potenciar junto a la Universidad y el complejo hospitalario la atracción de Congresos y eventos científicos
- Crear una Cátedra Municipal para abordar la solución de problemas de la ciudadanía de Huelva y promoción de la ciudad

Nivel de prioridad: Media

Posibles colaboradores directos para la ejecución de la acción: Diputación de Huelva, Junta de Andalucía, Universidad de Huelva, Complejo Hospitalario de Huelva

Sinergia con otros proyectos: Plan Local de Salud de la Ciudad de Huelva

CONCLUSIONES

PLAN
ESTRATÉGICO
HUELVA

ESTRATEGIA
2025



7. CONCLUSIONES

El plan estratégico 'Huelva Estrategia 2025' constituye un documento marco en el que se ofrece un diagnóstico actualizado de la ciudad de Huelva así como un conjunto de propuestas acerca de cómo se puede definir la Huelva de 2025. La elaboración del mismo ha contado con la participación de expertos de muy diferentes ámbitos, que han puesto al servicio de la ciudadanía sus conocimientos de la ciudad para hacer de Huelva un lugar más confortable. La participación ciudadana, a través de las encuestas, ha resultado también esencial en la definición de cómo debe ir actuando el Ayuntamiento para el cumplimiento de los proyectos que han sido definidos en este plan estratégico.

Fruto de los programas, proyectos y acciones delimitadas en este plan estratégico, se puede observar hacia dónde se quiere ir en Huelva en el horizonte del año 2025. Posiblemente, lo que más emana de este plan

estratégico es que el Ayuntamiento apueste por una ciudadanía más formada, respetuosa con su ciudad y sus conciudadanos, con actitud crítica y altamente involucrada en la actividad municipal. Se trata de convertir Huelva en una ciudad europea moderna actuando desde la base, que son sus habitantes. Así, desde el primer programa que se ofrece en este plan estratégico se observa que la educación, participación y concienciación de la ciudadanía para con su ciudad. Y para ello, en el plan estratégico se ofrecen actuaciones encaminadas a que los/as ciudadanos/as puedan disfrutar de su ciudad a través de la cultura, el deporte, su gastronomía, y se implique en la mejora diaria de Huelva.

En consonancia con la educación, se pretende que los onubenses se sientan cómodos en su ciudad. Y para ello, se debe actuar sobre otra de las debilidades detectadas que supone una losa municipal, y es la contaminación. Ha llegado la hora de dejar de ver a Huelva como una ciudad con alta polución, y poner en marcha estrategias que hagan de Huelva una ciudad que lucha contra la polución, consiguiendo integrar su intensa actividad industrial con el respeto por el medio ambiente. Para ello, el Ayuntamiento debe involucrarse en acciones de coordinación con las empresas, pero también en conseguir hacer una ciudad más verde y saludable, mejorando sus parques y dotando de nuevos espacios verdes para el disfrute de la ciudadanía, haciendo a la ésta más participe con actividades saludables.

Otra de las líneas perseguidas en este plan estratégico de Huelva consiste en hacer que sus ciudadanos/as se sientan orgullosos/as de ser onubenses. No hay mejor embajador de una ciudad que sus propios ciudadanos/as. Ahora más que nunca, la ciudad de Huelva debe hacer patente el valor que su historia y orografía le ha dado. A través de las acciones delimitadas en el plan estratégico, se pretende que su arqueología, historia y posición paisajística estén al nivel que le corresponden por su valor único en muchos de estos aspectos.

Todo lo anterior no es posible sin la involucración del importante sector empresarial de la ciudad de Huelva. Si Huelva es hoy en día la ciudad que es, se debe en gran medida a la industria y tejido empresarial que lo compone. Su utilidad en la conformación de la ciudad y sus habitantes es incuestionable. Por ello, en este plan estratégico se articulan acciones para una mayor colaboración entre este sector y el consistorio, que redunde de manera simbiótica en la ciudadanía y las empresas.

Respecto al importe económico de la ejecución de los distintos programas, éste superaría los 100 millones de euros hasta 2025. El mismo debe ser atendido no sólo por el Ayuntamiento, sino también por otras administraciones y organizaciones, contemplándose la posibilidad de que aparezcan sinergias con otros planes que, o bien ya están en marcha, o está previsto ejecutarlos para dicho horizonte.

Resaltar además que el importe de cada una de estas acciones puede variar sustancialmente en función de los plazos de ejecución, su periodicidad y la intensidad en su aplicación. Para una estimación más exacta se debe ampliar el estudio cuantificándose de forma más detallada.

Por último, es necesario recalcar que este plan estratégico está articulado para su ejecución por el consistorio municipal. Sin embargo, es responsabilidad de la ciudadanía llegar al horizonte de 2025 que se planifica.



The background of the page is a collage of images. The top half shows a large crowd of people in a city square, with a religious float (cofrade) in the center. The float is ornate, with a figure on top, and is surrounded by flowers. The bottom half shows a close-up of a crowd, with a musician playing a saxophone in the foreground. The entire page has a blue overlay, with an orange rectangle in the bottom left corner.

ANEXOS

PLAN ESTRATÉGICO HUELVA

ESTRATEGIA
2025



ANEXO I. RELACIÓN DE INSTITUCIONES Y EXPERTOS QUE HAN PARTICIPADO EN LAS MESAS SECTORIALES

Listado de entidades y expertos que han participado en el Plan Estratégico:

MESA DE MEDIOAMBIENTE Y SALUD

1. Servicio Andaluz de Salud. D. Eduardo Forján Lozano
2. Complejo Hospitalario Universitario de Huelva. D.^a María Victoria Alonso Martínez
3. Complejo Hospitalario Universitario de Huelva. D. Miguel Ángel Castaño López
4. Colegio Oficial de Farmacéuticos de Huelva. D.^a María José Domínguez Vargas
5. Asociación Española contra el Cáncer (AECC). D.^a Gloria Puy Fernández
6. Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas (AI-QBE). D. Rafael Eugenio Romero García
7. Nactiva. Naturaleza y Turismo. D.^a Antonia Rebollo Vega
8. D. Rafael Afonso Igualada
9. Asociación Mesa de la Ría. D. Juan Manuel Buendía Ruiz de Castroviejo
10. Aguas de Huelva. D.^a Guadalupe Carrasco Mancha
11. Aguas de Huelva. Alfonso Villarín Céspedes

MESA DE DESARROLLO Y BIENESTAR PERSONAL Y SOCIAL

1. Delegación de Igualdad y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía. D.^a María Gracia Calvo Morón
2. Cruz Roja Española. Oficina provincial Huelva. D.^a Rosario Miranda Plata
3. Cáritas Diocesana de Huelva. D.^a Concepción Martín Vela
4. Asociación Proyecto Hombre Huelva. D. Víctor Rodríguez Maldonado
5. Asociación de Familiares de Personas con Alzheimer y otras demencias de Huelva y Provincia, AFA Huelva. D.^a Emilia González Rioja
6. Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE). Delegación de Huelva. D.^a María del Carmen Domínguez Olaya
7. Federación de Personas con Discapacidad Física y Orgánica, COCEMFE Huelva. D.^a Rocío Pérez Gómez
8. Fundación Secretariado Gitano. D.^a Cristina Rosal León
9. Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental (CO-PAO). Delegación de Huelva. D.^a Patricia Vaz García
10. Colegio Oficial de Trabajadores Sociales y Asistentes Sociales de Huelva. D. Julio Piedra Cristobal
11. Colegio Profesional de Educadoras y Educadores Sociales de Andalucía (CoPESA). D. José Manuel Borrero López
12. Federación de Asociaciones de Vecinos Saltés. D. José Luis Rebollo Montero
13. Aguas de Huelva. D. Joaquín José Salinas Miralles
14. Aguas de Huelva. D. José Alejandro Fernández Morales
15. Ayuntamiento de Huelva. D.^a Josefa Jiménez Galán

MESA DE URBANISMO, MOVILIDAD SOSTENIBLE E INFRAESTRUCTURAS

1. Delegación de Fomento y Vivienda de la Junta de Andalucía. D. Jesús Enrique Martín Martín
2. Agencia de Vivienda y Rehabilitación de Andalucía (AVRA). D. José Ángel García Pastor
3. Autoridad Portuaria de Huelva. D. César Vera González
4. Aguas de Huelva. D. Alfonso Villarín Céspedes
5. Colegio Oficial de Arquitectos de Huelva. D. Carlos Rodríguez Suárez
6. Colegio Oficial de Arquitectos de Huelva. D.ª Noemí Sanchís Morales
7. Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Huelva. D. Pablo Quirós Rayego
8. Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Huelva. Graciela Guerrero Chamero
9. Federación Onubense de Empresarios (FOE). D. Javier Mateo Vico
10. Federación Onubense de Empresarios (FOE). D. Antonio Montaña Valle
11. Unión General de Trabajadores (UGT). D. Francisco José Gutiérrez Bernal
12. Unión General de Trabajadores (UGT). D. José María Flores
13. Comisiones Obreras (CC.OO.). D. Pedro Francisco Escalante Gilete
14. D. Cayetano Campero Romero
15. D. Fernando Herrera Mármol
16. Empresa Municipal de Transportes Urbanos, S.A. (EMTUSA)
D. Manuel Bendala Ázcarate
17. Ayuntamiento de Huelva. D.ª Miriam Dabrio Soldán

MESA DE ECONOMÍA Y EMPRENDIMIENTO

1. Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA). D. Miguel Ángel Mejías Arroyo
2. Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE). D. Manuel Garrido Martín
3. Autoridad Portuaria de Huelva. D.ª Ana Barbeito Carrasco
4. Autoridad Portuaria de Huelva. D.ª Belén Pulido Castellano
5. Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas (AIQBE). D. Rafael Eugenio Romero García
6. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Dirección Provincial de Comercio de Huelva. D. David Barroso Martínez
7. Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Huelva. D. Arsenio Martínez Barea
8. Unión General de Trabajadores (UGT). D. Francisco José Gutiérrez Bernal
9. Unión General de Trabajadores (UGT). D. Rafael González Mallofret
10. Comisiones Obreras (CC.OO.). D. Emilio Fernández González
11. Ayuntamiento de Huelva. D.ª Mónica Bravo González



MESA DE TURISMO

1. Delegación Territorial de Cultura, Turismo y Deporte en Huelva Patronato provincial de turismo de Huelva. D.ª Inmaculada Vicente Romero
2. Patronato Provincial de Turismo de Huelva. D. Jordi Martí Ruiz
3. Asociación Provincial de Hoteles de Huelva. D. Rafael Barba García
4. Federación Onubense de Empresarios (FOE). D. Luis Arroyo Marín
5. Federación Onubense de Empresarios (FOE). D. Antonio Montañó Valle
6. Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Huelva. D. Arsenio Martínez Barea
7. Autoridad Portuaria de Huelva. D. Raúl Barraso Márquez
8. Thursa Incoming. D. David Hidalgo Moreno
9. Comisiones Obreras (CC.OO.) D.ª María Julia Perea Álvarez
10. Restaurante la Mirta. D. José Manuel Martín Román
11. Restaurante Guatiné. D. Carlos Javier Domínguez Rodríguez
12. Hotel Eurostars Tartessos. D. Nicolás Casado Árbol
13. Ayuntamiento de Huelva. D. Manuel Vela Cruz

MESA DE CULTURA

1. Centro de arte Harina de Otro Costal. D. Juan Manuel Seisdedos Romero
2. D. Juan José Oña Hervalejo
3. Museo de Huelva. D. Pablo S. Guisande Santamaría
4. Arrayás Producciones. D.ª Inés Romero Arrayás
5. D.ª Davinia Román de la Cámara
6. Asociación de Prensa de Huelva. D. Rafael J. Terán Giménez
7. Centro de arte Harina de Otro Costal. Lourdes Santos Rodríguez
8. D. Bernardo Romero Muñoz
9. Asociación Andaluza de Gestores Culturales. D. Francisco Gómez Domínguez
10. Festival Latitudes. D. José Luis Ruiz Díaz
11. Asociación Periferias/Plataforma Huelva Te Mira. D.ª Alicia de Navascués Fernández-Victorio
12. Ayuntamiento de Huelva. D. Manuel Vela Cruz





MESA DE DEPORTE

1. Delegación Territorial de Cultura, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía en Huelva. D. Manuel Rofa Peguero
2. Diputación de Huelva. D. Francisco Javier Aznar Navarro
3. D. Benjamín Naranjo Rodríguez
4. Federación Andaluza de Fútbol. Delegación de Huelva. D. Manuel Jesús Blanco Vargas
5. Federación Andaluza de Ciclismo. Delegación de Huelva. D. Rafael Ínigo Mora
6. Club Onubense de Deportes Adaptado. D. José Griñón Reina
7. Universidad de Huelva. D. Jesús Sáez Padilla.
8. Universidad de Huelva. D. Sebastián Vázquez Ríos
9. Real Club Marítimo de Huelva. D. José del Barrio Toscano
10. Federación Andaluza de Bádminton. D. Carlos Longo Esteban
11. Federación Andaluza de Gimnasia. Delegación de Huelva. D. Juan Santiago Gutiérrez Baena
12. Federación Andaluza de Balonmano. Delegación de Huelva. D. Antonio de Haro Ordóñez
13. Federación Andaluza de Baloncesto. Delegación de Huelva. D. José Luis Pena de la Rosa
14. Federación Andaluza de Atletismo. Delegación de Huelva. D. Manuel Garrido Martín
15. Profesora Colegio José Oliva. D^a. Celestina Vizcaíno Domínguez
16. Federación de Asociaciones de Vecinos Saltés. D. José Luis Rebollo Montero
17. Profesor IES La Orden. Francisco Manuel Ojeda Ojeda
18. Ayuntamiento de Huelva. D. Enrique Nielssen-Hidalgo Vigo





ANEXO II

CUESTIONARIO ADMINISTRADO A LA CIUDADANÍA

A continuación se le van a presentar una serie de acciones que pueden ser desarrolladas desde el Ayuntamiento de Huelva en el periodo comprendido entre 2016-2025. Cada una de estas acciones se relaciona con diferentes ámbitos de su vida diaria como ciudadano de esta ciudad. El desarrollo de estas acciones puede mejorar su calidad de vida de los próximos años en diferentes aspectos. No obstante, su ejecución requiere de recursos por parte del Ayuntamiento de Huelva, por lo que es necesario establecer las prioridades para llevarlas a cabo.

Con vistas a que desde el ayuntamiento puedan priorizarse las acciones a desarrollar, nos interesa saber cuál es su opinión con respecto a la prioridad con la que cada una de ellas debería ser ejecutada. Es por ello, que le pedimos que evalúe cada una de las acciones que a continuación se le describen de acuerdo a la prioridad que usted cree que tiene para conseguir una ciudad de Huelva más confortable para sus ciudadanos y que pueda mejorar la calidad de vida de éstos.

Para realizar esta evaluación, usted debe saber que debe asignar un valor entre 1 y 5, sabiendo que 1 significa poco prioritario y 5 el mayor grado de prioridad. A continuación se le muestran dos ejemplos:

Ejemplo 1: Priorizar el alquiler social iniciando políticas públicas desarrolladas desde el ayuntamiento

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

A esta pregunta ha contestado con un 4, porque la considera importante, pero no es una acción con un alto grado de importancia

Ejemplo 2: Reconocimiento del envejecimiento activo mediante un paquete de acciones para impulsarlo

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

A esta pregunta ha contestado con un 3, porque considera que tiene un grado medio de importancia. Además, la ha puntuado con una menor evaluación que la anterior porque considera que su importancia para la ciudad es menos importante.

¿Ha entendido usted cómo debe realizar la evaluación? Si no la ha entendido correctamente, por favor, pídale al entrevistador una mayor explicación. Si la ha entendido, por favor, proceda a realizar la evaluación.

Recuerde que su valoración es muy importante para conseguir una ciudad de Huelva más confortable y que mejore la calidad de vida de sus ciudadanos.

Inicialmente se le van a realizar una serie de preguntas sobre su residencia. Por favor, conteste con la máxima sinceridad

1. ¿Reside usted actualmente en la ciudad de Huelva (en la ciudad de Huelva capital, no en ninguno de los municipios de la provincia)?

1. Sí. Continúe la entrevista
2. No. Fin de la entrevista

2. Aproximadamente, ¿cuántos años lleva residiendo en la ciudad de Huelva (en la ciudad de Huelva capital, no en ninguno de los municipios de la provincia)?

Indicar número de años _____

3. ¿Le gustaría seguir residiendo en la ciudad de Huelva durante los próximos años?

1. Sí.
2. No

4. ¿Cree usted que seguirá residiendo en los próximos años en la ciudad de Huelva?

1. Sí.
2. No. Responda la siguiente pregunta

5. ¿Cuál de los siguientes motivos cree que condicionará que usted no resida en la ciudad de Huelva en los próximos años? Indique con una X todas las opciones que considere oportunas

1. Motivos laborales _____
2. Conocer cómo se vive en otras ciudades _____
3. Cree que tendrá una mayor calidad de vida en otros municipios alrededor de la ciudad de Huelva _____
4. Por falta de seguridad en Huelva _____
5. Indique otros motivos _____

A continuación le vamos a realizar una serie de preguntas sobre el DESARROLLO Y BIENESTAR PERSONAL Y SOCIAL. Por favor, valórelas con la máxima sinceridad. Es importante que recuerde que los recursos con los que cuenta el Ayuntamiento de Huelva, al igual que cualquier otro Ayuntamiento, son limitados.

1. El Ayuntamiento de Huelva debería poner en marcha un comedor social municipal

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

2. Un Servicio de Emergencia Social tiene como objetivo dar respuesta inmediata a situaciones sobrevenidas que afectan a las necesidades básicas de una persona o grupo de personas, ¿qué prioridad considera usted que debería tener la creación de este servicio por el Ayuntamiento de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

3. ¿Qué grado de prioridad considera usted que debería tener la elaboración de una guía por parte del Ayuntamiento para que los/as ciudadanos/as que requieran la atención de Servicios Sociales sepan dónde acudir para informarse en función de sus necesidades?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

4. La rehabilitación de edificios en desuso requiere generalmente de una inversión, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva fomente el asociacionismo y el voluntariado entre los/as ciudadanos/as de Huelva a través de la rehabilitación de espacios en edificios municipales?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

5. Desde el Ayuntamiento de Huelva se vienen ejecutando acciones y programas de bienestar entre la ciudadanía. No obstante, su evaluación es difícil y costosa, ¿considera prioritario que el Ayuntamiento de Huelva evalúe el impacto que están teniendo estas acciones en la ciudadanía?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

Ahora le vamos a realizar una serie de preguntas sobre el **URBANISMO, MOVILIDAD SOSTENIBLE E INFRAESTRUCTURAS**. Por favor, valórelas con la máxima sinceridad. Es importante que recuerde que los recursos con los que cuenta el Ayuntamiento de Huelva, al igual que cualquier otro Ayuntamiento, son limitados.

1. La ciudad de Huelva posee espacios naturales con valor ecológico (p. ej. zonas de contacto con la ría, cabezos, Marismas del Odiel, etc.), ¿considera usted prioritario que el Ayuntamiento de Huelva los convierta en señas de identidad de la ciudad?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

2. ¿Considera usted prioritario que el Ayuntamiento de Huelva reclame de manera prioritaria infraestructuras interurbanas ferroviarias (p. ej. líneas Sevilla-Huelva, Huelva-Badajoz, Huelva-Algarve, etc.) y de carreteras?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

3. ¿Considera usted prioritario que el Ayuntamiento de Huelva invierta en mejorar el transporte urbano (p. ej. autobuses)?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

4. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva participe con sus recursos en la implantación de una plataforma logística en el puerto de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

5. En la ciudad de Huelva existen restos arqueológicos (p. ej. zona La Orden-Seminario, Parque Moret, etc.) y edificios emblemáticos (p. ej. Banco de España, etc.) que requieren de inversión para poder hacerlos atractivos turísticamente, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento invierta en estos espacios?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

6. En la ciudad de Huelva y sus alrededores se sitúan industrias y espacios contaminados, ¿cómo de prioritario cree usted que el Ayuntamiento de Huelva realice acciones para intentar alejar las mismas de la ciudad de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

Estas preguntas están referidas al MEDIO AMBIENTE Y LA SALUD Por favor, valórelas con la máxima sinceridad. Es importante que recuerde que los recursos con los que cuenta el Ayuntamiento de Huelva, al igual que cualquier otro Ayuntamiento, son limitados.

1. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva implante un sistema de información al ciudadano (vía web y app para dispositivos móviles) sobre la contaminación ambiental (contaminación) en tiempo real?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

2. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva se involucre en el encapsulado (enterramiento) de la balsa de fosfoyesos y recuperar el paisaje?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

3. ¿Cómo de prioritario debería ser para el Ayuntamiento de Huelva la creación de un área metropolitana verde en esta ciudad?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

4. Las lanzaderas son sistemas de transporte generalmente más rápidas que el autobús, aunque con menos puntos de conexión en la ciudad, ¿cómo de prioritario considera que debería ser que el Ayuntamiento de Huelva estableciera la conexión a través de lanzaderas de puntos neurálgicos de la ciudad (p. ej. estación de autobuses y trenes, hospitales, universidad, etc.)?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

5. El impacto ecológico del tráfico es uno de los problemas de las grandes ciudades. Teniendo en cuenta el tráfico de la ciudad de Huelva, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento rediseñe el trazado vial, peatonal y carril bici?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

6. De acuerdo con su opinión, ¿qué grado de prioridad debería darle el Ayuntamiento de Huelva a mejorar el mantenimiento y estado de las zonas verdes y de ocio de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

Las preguntas que vienen a continuación hacen referencia a LA PRÁCTICA DEPORTIVA. Por favor, valórelas con la máxima sinceridad. Es importante que recuerde que los recursos con los que cuenta el Ayuntamiento de Huelva, al igual que cualquier otro Ayuntamiento, son limitados.

1. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva cree nuevas instalaciones deportivas y mejore las ya existentes en su barrio?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

2. La ciudad de Huelva posee zonas naturales (p. ej. la Ría de Huelva, etc.) en las que es posible la práctica de actividades deportivas, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento destine recursos para el aprovechamiento de estas zonas como zonas para la práctica deportiva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

3. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva destine recursos a la realización de campañas informativas que fomenten la práctica deportiva de sus ciudadanos en la ciudad?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

4. Algunos de los parques de Huelva están dotados de instalaciones para la práctica de actividades deportivas. No obstante, no todos los parques poseen tales instalaciones, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento dote a los parques para que puedan realizarse actividades deportivas?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

5. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva invierta en la realización de eventos deportivos en la ciudad?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

A continuación le vamos a realizar una serie de preguntas sobre la ECONOMÍA Y EL EMPRENDIMIENTO. Por favor, valórelas con la máxima sinceridad. Es importante que recuerde que los recursos con los que cuenta el Ayuntamiento de Huelva, al igual que cualquier otro Ayuntamiento, son limitados.

1. Huelva posee una actividad industrial básica y energética desde hace tiempo. Sin embargo, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva destine recursos para tratar de diversificar su actividad hacia otros sectores como podría ser la industria tecnológica?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

2. Huelva posee una actividad industrial básica y energética desde hace tiempo. Sin embargo, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva destine recursos para tratar de diversificar su actividad hacia otros sectores como podría ser el turismo?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

3. La captación de Fondos Europeos para la transformación de las ciudades (social, infraestructuras, etc.) es una actividad compleja pero posible para la ciudad de Huelva. Para ello, es necesario destinar recursos que deben ser reducidos de otras partidas del Ayuntamiento, al menos inicialmente. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva cree un grupo con otros agentes (p. ej. Universidad, Diputación, etc.) para intentar la captación de Fondos Europeos?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

4. El desarrollo de la I+D+i es una actividad que, en la ciudad de Huelva, se realiza fundamentalmente en la Universidad. No obstante, la investigación siempre es una apuesta de futuro, con pocos resultados a corto plazo. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva destine recursos para que junto a la Universidad se potencien actividades y desarrollo de productos innovadores que beneficien a la economía local a mediodlargo plazo?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

5. La ciudad de Huelva cuenta históricamente con productos agrícolas y gastronómicos de una calidad excelente pero que sin embargo, aún necesitan más difusión para que otros mercados los conozcan. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva invierta en fomentar la imagen de productos con prestigio y reconocimiento internacional vinculados a esta ciudad (p. ej. gambas, jamón, fresas, etc.)?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

Las preguntas que vienen a continuación hacen referencia a la CULTURA. Por favor, valórelas con la máxima sinceridad. Es importante que recuerde que los recursos con los que cuenta el Ayuntamiento de Huelva, al igual que cualquier otro Ayuntamiento, son limitados.

1. Un Consejo Local de Cultura es un órgano integrado por diferentes representantes de la ciudadanía de Huelva para la gestión de eventos culturales, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva cree un Consejo Local de Cultura?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

2. ¿Cómo de prioritario considera usted que los ciudadanos participen en el diseño y desarrollo de los programas culturales de la ciudad de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

3. La ciudad de Huelva posee un patrimonio cultural desconocido por buena parte de su población, ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva desarrolle proyectos educativos dirigidos a toda la ciudadanía sobre el patrimonio cultural de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

4. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva invierta recursos en promocionar el valor cultural de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

5. En Huelva se dispone de diversos edificios (p. ej. antigua cárcel, Banco de España, Mercado de Santa Fe, Edificio de Hacienda, etc.) sin una actividad actual. ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva invierta en su rehabilitación para dedicarlo a espacios para la creación, formación, reflexión y participación cultural ciudadana?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

Este último bloque de preguntas está referido al TURISMO. Por favor, valórelas con la máxima sinceridad. Es importante que recuerde que los recursos con los que cuenta el Ayuntamiento de Huelva, al igual que cualquier otro Ayuntamiento, son limitados.

1. Las grandes infraestructuras de comunicación requieren de una gran inversión, que generalmente resulta rentable a largo plazo, ¿Cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento de Huelva emplee recursos en reclamar grandes infraestructuras de comunicación?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

2. La ciudad de Huelva posee una idiosincrasia (particularidades de esta ciudad) no bien identificada en el ámbito autonómico, nacional e internacional, ¿cómo de prioritario es para usted que el Ayuntamiento de Huelva invierta en generar y publicitar señas de identidad asociadas a la ciudad de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

3. ¿Cómo de prioritario considera usted que es para la ciudad de Huelva que el Ayuntamiento invierta en espacios degradados (p. ej. zona de Francisco Montenegro, cabezos, etc.) que puedan tener un potencial turístico?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

4. ¿Cómo de prioritario es para usted que el Ayuntamiento de Huelva destine recursos a conseguir una mayor integración de la Ría en la ciudad de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

5. Una de las estrategias de marketing es el boca a boca. En el caso de la ciudad de Huelva, que sus ciudadanos perciban a esta ciudad como una gran ciudad y así lo comuniquen entre sus amistades y visitantes de la ciudad, puede ser una de las mejores estrategias de marketing, ¿cómo de prioritario considera usted que el Ayuntamiento invierta en realizar una campaña entre sus ciudadanos que pongan en valor los elementos positivos de la ciudad de Huelva?

Poco prioritario		Prioridad media		Muy prioritario
1	2	3	4	5

Antes de finalizar la entrevista, le agradeceríamos que respondiera a las siguientes cinco preguntas:

1. ¿Cuál es su edad? _____

2. ¿Cuál es su género?

1. Hombre
2. Mujer

3. ¿Cuál es su nivel de estudios?

1. Sin estudios
2. Estudios primarios sin finalizar
3. Estudios primarios finalizados
4. Estudios de Bachiller/FP o similares
5. Estudios Universitarios

4. Con el único objetivo de controlar la realización de la entrevista, ¿podría usted facilitarnos su teléfono? Este no quedará grabado ni será cedido a nadie, y será destruido una vez se hayan analizado los datos de la entrevista

1. Sí. _____
2. No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO III. UTILIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB Y DE LAS REDES SOCIALES EN EL PLAN ESTRATÉGICO

La comunicación del plan estratégico a través de Internet se planificó mediante las siguientes actividades:

ELECCIÓN DE CANALES

La elección de canales estuvo motivada por un doble objetivo. Por un lado, se pretendía crear una difusión con un impacto de un amplio espectro y representativo de la población de la ciudad de Huelva.

Por otro lado, se consideraba importante disponer de plataformas con las que la ciudadanía estuviera familiarizada y que, por tanto, facilitara el proceso de recogida de datos.

Por ello, se determinó utilizar como canales principales de difusión y recogida de datos las Redes Sociales Twitter y Facebook y la web visible desde el dominio

www.huelvaestrategia2025.com

METODOLOGÍA DE DIFUSIÓN

En las Redes Sociales, la difusión se ha basado estrictamente en el objetivo de captar usuarios para la realización de la encuesta

online. En este sentido, se establecieron las siguientes pautas previas al lanzamiento de las campañas:

- Equidad en la información sobre las distintas mesas de trabajo del Plan HE 2025.
- Equilibrio en las fechas de difusión, evitando saturación y analizando los resultados en tiempo real para evitar solapes con eventos sociales o noticias de impacto.
- Elección del lenguaje adecuado, tratando de llegar a un máximo número de usuarios en cada campaña.
- Segmentación, para llegar exclusivamente a la ciudadanía de Huelva capital.
- Selección de imágenes, para lograr llegar al máximo número de ciudadanos.

Una vez establecidas estas pautas, se determinó la realización de un calendario editorial, base para la publicación de contenidos en las redes sociales y la generación de las campañas de difusión masiva entre los usuarios de la ciudad de Huelva.

Este calendario, se realizó teniendo en cuenta las siguientes entradas:

- Fecha de difusión
- Hora de difusión
- Plataforma (red social)
- Imagen enmaquetada
- Texto a difundir

El conjunto total de difusiones se clasificaron en 5 bloques, cada uno de los cuales, fueron editados en función de los resultados del anterior, excepto el primero, que fue el de lanzamiento de las campañas.

Los resultados de la difusión se ofrecen en los siguientes apartados.

ANALÍTICA WEB

Durante el período de recogida de encuestas *online* (25/07/2016 a 30/09/2016) a través de la web www.huelvaestrategia2025.com, se obtuvieron numerosos datos, que se recogen en las siguientes tablas:

ANALÍTICA GLOBAL

Tabla 37. Datos generales sobre las visitas a la web en el período de referencia

Variable	Valor
Sesiones	1.774
Visitantes	1.514
Páginas vistas	11.643
Páginas por sesión	6,56
Duración de la sesión	00:05:59 (media)
Porcentaje de rebote	25,76%
% Nuevas sesiones	85,34%

NAVEGADOR UTILIZADO

Tabla 38. Navegador utilizado para acceder a la web

Navegador	Valor
Chrome	1.159 (65,33%)
Firefox	173 (9,75%)
Safari (in-app)	170 (9,58%)
Safari	145 (8,17%)
Android Browser	65 (3,66%)
Internet Explorer	39 (2,20%)
Edge	16 (0,90%)
Opera	4 (0,23%)
Otros	2 (0,12%)

DISPOSITIVO

Tabla 39. Dispositivo de acceso a la página web

Tipo de dispositivo	Valor
Ordenador	1.091 (61,50%)
Smartphone	604 (34,05%)
Tablet	79 (4,45%)

FUENTES DE VISITAS

Tabla 40. Fuentes de acceso a la página web

Fuente	Valor
Redes Sociales	760
Tráfico directo	448
De Referencia	418
De búsqueda	148

ORIGEN GEOGRÁFICO

Tabla 41. Países desde los que se ha accedido a la página web

Fuente	Valor
España	1.787 (81,45%)
Rusia	148 (6,75%)
Reino Unido	85 (3,87%)
Italia	44 (2,01%)
Estados Unidos	36 (1,64%)
Alemania	26 (1,19%)
Austria	14 (0,64%)
Irak	9 (0,41%)
No determinado	9 (0,41%)
Finlandia	5 (0,23%)

ANALÍTICA FACEBOOK

Tabla 42. Valores generales recogidos según la difusión en Facebook

Variable	Valor
Número de seguidores alcanzados en el período	1.209
Número de personas que han visto contenidos difundidos en Facebook	151.923
Usuarios a los que se ha mostrado contenidos difundidos en Facebook	283.299
Usuarios que hicieron clic en las publicaciones de Facebook	2.034
Porcentaje de los seguidores que permanecieron conectados cada día durante la difusión de contenidos	97,14%



PLATAFORMA WEB

La encuesta *online* fue realizada a través de la plataforma web visible desde el dominio www.huelvaestrategia2025.com. Este espacio web, fue desarrollado bajo CMS Wordpress, alojado en un servidor con características seguras.

En cuanto al diseño general, la web consta de 5 secciones principales:

INICIO

Es la sección principal, que ven los usuarios cuando acceden al dominio desde cualquier navegador, incluyendo dispositivos móviles como tablets o smartphones. En este apartado, se encuentran los enlaces a las áreas principales, destacando el acceso a la realización de la encuesta *online*, motivo principal de la existencia de la web.

En la sección principal se ha apostado por utilizar una imagen de la plataforma superior del llamado 'Muelle de Mineral' o 'Del Tinto', trasladando un significado de trazado hacia el futuro, con un nexo importante con el pasado de la ciudad; un puente desde y hacia (Ilustración 13).

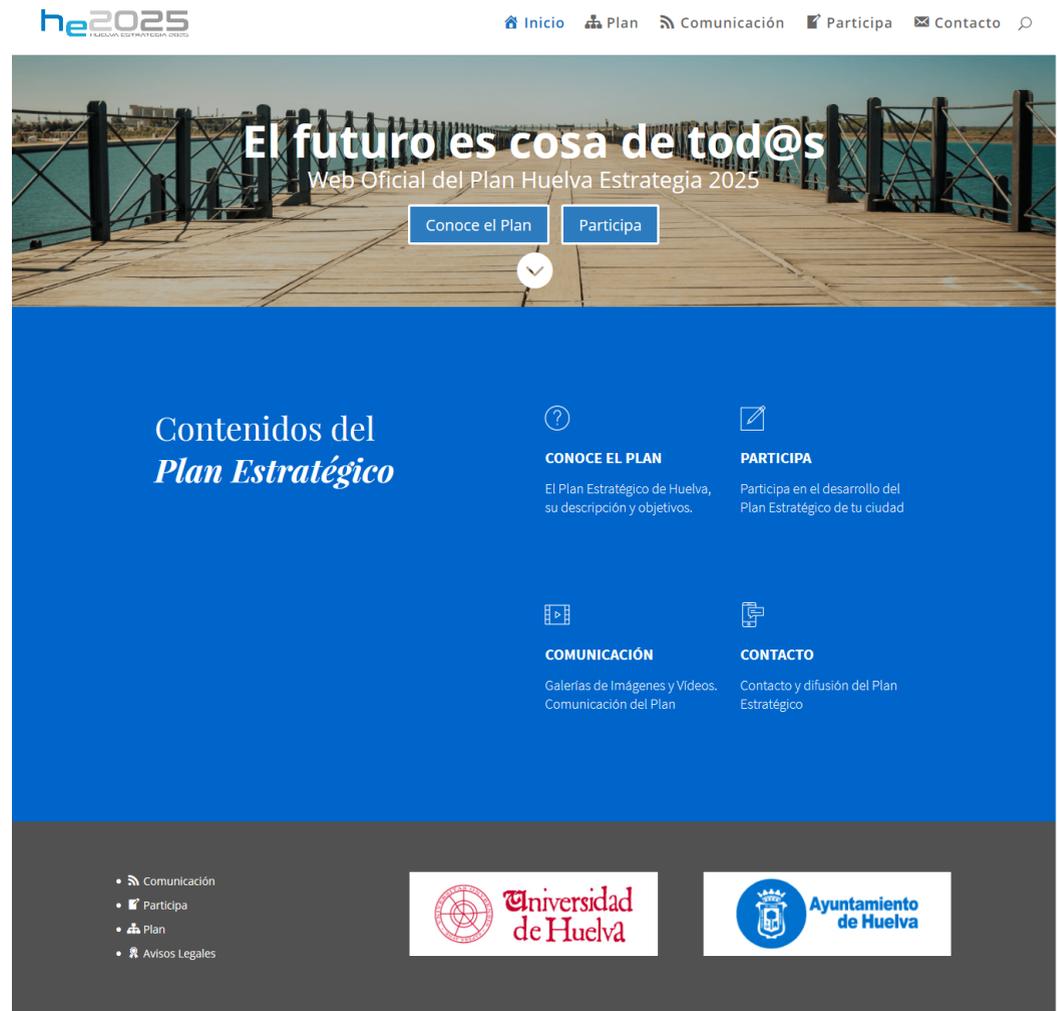


Ilustración 13. Sección principal de la página web

PLAN

En esta sección se explican con detalle las características del proyecto. Se describe el plan y se indican promotores y participantes. Además, se introduce de forma básica la metodología utilizada en el desarrollo del Plan Estratégico.

Además de una explicación técnica, esta sección ofrece un resumen de las 7 mesas que componen el Plan, utilizando para ello imágenes destacadas representativas de cada una de ellas y señalando la importancia de que cada una de las mesas exista por sí misma (Ilustración 14).



¿Qué es?
Descripción genérica

El Plan Estratégico de Huelva capital, "Huelva Estrategia 2025", es un proceso diseñado para elegir el futuro deseado para la ciudad

Huelva Estrategia 2025 debe entenderse como un proceso flexible destinado a dotar a la ciudad de una estrategia consistente, que proporcione una notoriedad y una singularidad a la ciudad y, sobre todo, que logre comprometer a los principales actores urbanos, es decir, aquellos que tienen capacidad para transformar la ciudad.

La primera fase del plan ha contado con la colaboración y el consenso de los agentes sociales y económicos, públicos y privados, necesarios para poner en marcha un proyecto global de ciudad que vaya más allá del corto plazo.

La elaboración de un plan estratégico debe comportar los siguientes resultados:

- La identificación de una estrategia consistente con capacidad de dar un mayor protagonismo a la ciudad para encaminar su desarrollo económico y social.
- El establecimiento de un importante proceso de participación ciudadana capaz de difundir una cultura de ciudad, de sus retos, de sus oportunidades, que facilite la colaboración ciudadana en el "hacer ciudad".
- El desarrollo de la cooperación pública y privada entre los principales actores urbanos y su compromiso para desarrollar la estrategia en la medida de sus responsabilidades y competencias.
- El disponer de una estrategia global o integral de la ciudad y no sólo física, como es el caso de ciudades que sólo disponen de planes o proyectos urbanísticos.

En resumen, *Huelva Estrategia 2025* tiene por objetivo definir la visión de futuro, los criterios que deben orientar el desarrollo y los proyectos que pueden actuar como verdaderos motores de la transformación de Huelva capital.

Ilustración 14. Detalles básicos del plan publicados en la página web



¿Quién lo promueve?

Promotores

El Ayuntamiento de Huelva promueve este proceso de reflexión estratégica y ha confiado a la Universidad de Huelva la elaboración del Plan Estratégico "Huelva Estrategia 2025"

Para desarrollar este proceso, el Ayuntamiento de Huelva encargó, a finales de 2015, la elaboración del documento del plan a la Universidad de Huelva, aspecto que quedó plasmado en un convenio firmado entre el Alcalde y el Rector.

El Área de Empleo, Desarrollo Económico y Proyectos del Ayuntamiento de Huelva está siendo la encargada de realizar la labor de interlocución con la Unidad para la Calidad, en un primero momento, y con la Dirección de Planificación Estratégica y Responsabilidad Social de la Universidad de Huelva, posteriormente, que es la que ha asumido las competencias de planificación estratégica dentro de la Universidad de Huelva.



¿Quiénes participan?

Participantes

El Plan Estratégico está abierto a la participación de las instituciones, los principales agentes y sectores con capacidad de decisión e incidencia, y, por supuesto, al conjunto de la ciudadanía residente en Huelva Capital.

En el Plan se da voz a las instituciones, agentes sociales y económicos y, por supuesto, a la ciudadanía.

La participación de las instituciones y agentes sociales y económicos se ha articulado mediante mesas sectoriales que, entre marzo y junio de 2016, han realizado el diagnóstico de las necesidades de la capital onubense bajo la coordinación de la Universidad de Huelva.

En concreto se han conformado siete mesas en los ámbitos del "Desarrollo y bienestar personal y social", "Medio ambiente y salud", "Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras", "Economía y emprendimiento", "Turismo", "Cultura" y "Deporte", en las que se han aunado las opiniones de 85 expertos de todos los ámbitos, incluyendo representantes de administraciones y entidades públicas, empresariado, colegios profesionales, sindicatos, agentes sociales y ONGs, artistas y gestores culturales, así como técnicos del mundo del deporte.

En total se han realizado 23 sesiones de trabajo que han permitido determinar y priorizar, a través de metodología de priorización, las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) de la ciudad de Huelva, elaborando un total de 280 ítems.

Por lo que respecta a la opinión de la ciudadanía y con el fin de conocer el grado de importancia que conceden los ciudadanos a las distintas acciones propuestas, se han establecido dos procedimientos para recoger la misma:

1. Encuestas a pie de calle: desde el miércoles 29 de junio de 2016 hasta el 15 de julio de 2016 se han realizado 598 encuestas a lo largo de los 8 distritos de la capital.
2. Cuestionario online: disponible en [esta sección](#) hasta el 30 de septiembre de 2016.

Una vez que se cierre el plazo de opinión de la ciudadanía, se confrontará la opinión de ésta con la de las mesas sectoriales.

¿Cómo se hace?

A diferencia de los planes estratégicos de primera generación, que ponen el énfasis primordial en los proyectos vinculados a equipamientos e infraestructuras en los que la prioridad es el desarrollo económico y social, este plan se encuadra en los de segunda generación, donde la prioridad es el desarrollo humano, sin olvidar el crecimiento económico, pero otorgando un mayor protagonismo a los aspectos más intangibles (desigualdades, identidad ciudadana, multiculturalidad, cohesión social, formación de capital social y relacional).

La metodología general de un plan estratégico proporciona un mayor rigor en la identificación de las decisiones a tomar y da mayores garantías de viabilidad debido a que la identificación de la estrategia no es apresurada ni simplemente intuitiva, sino que responde a un diagnóstico-pronóstico de la situación urbana de la que pretende ser una guía para el cambio y la lleva, efectivamente, en la dirección adecuada.

La metodología utilizada en la elaboración del Plan Estratégico de la ciudad de Huelva se corresponde con la de los planes estratégicos urbanos y metropolitanos: diagnóstico previo de la situación de partida con amplia participación y debate social, elaboración del plan, puesta en marcha y ejecución posterior, y evaluación final de los resultados alcanzados.

Metodología del Plan Estratégico

Fase 0 - Trabajos Previos



Fase I - Diagnóstico de la situación actual



Fase II - Elaboración del Plan



Fase III - Puesta en marcha y ejecución del plan



Mesa 1 *Desarrollo y bienestar personal y social*

Uno de los objetivos clave del Plan Huelva Estrategia 2025 es incrementar los índices de bienestar a través de los mecanismos que más valora la sociedad.

Ilustración 14. Detalles básicos del plan publicados en la página web

Mesa 2 *Turismo*

Huelva es históricamente una genial anfitriona. Nuestro patrimonio y carácter son una base más que suficiente como para dedicar una mesa completa a este eje estratégico.



Mesa 3 *Medioambiente y Salud*

Valorar nuestra relación con el entorno y el cuidado de la salud en todas las etapas de nuestra vida, es un compromiso social y gubernamental que debe ser desarrollado a través del Plan.

Mesa 4 *Economía y Emprendimiento*

Debemos explorar todas las posibilidades de mejorar las condiciones en las que nuestro tejido empresarial desarrolla su actividad, dando cabida a nuevas ideas, nuevos negocios que harán más competitiva nuestra ciudad.



Ilustración 14. Detalles básicos del plan publicados en la página web



Mesa 5 *Cultura*

Ninguna sociedad debe dejar de lado la trascendencia de la cultura en su futuro. El Plan Huelva Estrategia 2025 incluye una mesa específica sobre la que sostener la riqueza e historia de nuestra cultura.

Mesa 6 *Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras*

Tenemos que encontrar juntos las claves que nos lleven a la consecución de un entorno más amable para los ciudadanos que se reconozca en sus elementos identitarios más característicos, como la ría, los cabezos o los espacios naturales. Sin olvidar la apuesta por una movilidad sostenible.



Mesa 7 *Deporte*

Es necesario estudiar de forma independiente uno de los apartados más importantes de nuestra ciudad. La ciudad de Huelva cuenta con un importante legado británico en materia deportiva, siendo el Decano del fútbol español un claro exponente, y con unos deportistas de reconocido prestigio nacional e internacional.

Ilustración 14. Detalles básicos del plan publicados en la página web

COMUNICACIÓN

En tanto el Plan es un proyecto enfocado en la ciudadanía, la plataforma web contiene una sección en la que se difunden las noticias más relevantes en la puesta en marcha, desarrollo y resultados del Plan (Ilustración 15).



Último mes para participar en el cuestionario web sobre el Plan Estratégico, que marcará el futuro de la ciudad
5 de septiembre de 2016



Hasta el próximo 30 de septiembre los onubenses tienen la oportunidad de ser parte del diseño del Plan Estratégico de Huelva, accediendo para ello a la web www.huelvaestrategia2025.com, habilitada para que los ciudadanos puedan dar respuesta a través de un cuestionario y de forma totalmente anónima acerca de sus prioridades para la ciudad, con el horizonte en 2025.

Como ha destacado el concejal de Empleo, Desarrollo Económico y Proyectos, Jesús Manuel Bueno, "el balance de participación hasta el momento está siendo muy positivo, contando con una gran amplitud de edades entre las personas que han culminado esta encuesta, contribuyendo así a que esta iniciativa pueda ser un éxito y el fiel reflejo de lo que los onubenses realmente opinan y demandan para mejorar la ciudad".

...

Ilustración 15. Principales noticias difundidas en la página web



Vídeo publicado en Huelva
Televisión
1 de julio de 2016



Encuesta a pie de calle para saber qué quieren los onubenses para la Huelva del futuro...

[Ver vídeo](#)



Los onubenses contribuyen con
sus propuestas a diseñar el
futuro de Huelva
1 de julio de 2016



Esta semana han comenzado a desarrollarse encuestas a los ciudadanos, bajo el eslogan '¡Diseña el futuro de tu ciudad!', con el objetivo de conocer cuáles son las grandes prioridades de los onubenses para mejorar la ciudad, que marcarán la elaboración del próximo Plan Estratégico de Huelva...

[Ver artículo completo](#)



Las Mesas de Expertos del Plan Estratégico de la ciudad de Huelva finalizan el diagnóstico de las necesidades de la capital
9 de junio de 2016



Las Mesas de Expertos del Plan Estratégico de la Ciudad de Huelva han culminado el diagnóstico de las necesidades de la capital onubense. Unos trabajos que han estado centrados en apartados tan importantes como "Desarrollo y bienestar personal y social", "Medio ambiente y salud", "Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras", "Economía y emprendimiento" y "Turismo", "Cultura" y "Deporte"...

[Ver artículo completo](#)



Ayuntamiento y UHU ponen en marcha las mesas sectoriales destinadas a elaborar el Plan Estratégico de la ciudad
6 de febrero de 2016



El Ayuntamiento y la Universidad de Huelva han dado un paso más esta semana para avanzar en la elaboración del Plan Estratégico Económico, Ecológico y Social de la Ciudad, mediante el que se van a poder determinar los ejes urbanos que son prioritarios en la ciudad, así como establecer de forma coordinada la planificación de las actuaciones más importantes que se vayan a desarrollar en los próximos años...

[Ver artículo completo](#)

Ilustración 15. Principales noticias difundidas en la página web

El Ayuntamiento y la Universidad de Huelva han dado un paso más esta semana para avanzar en la elaboración del 'Plan Estratégico Económico, Ecológico y Social de la Ciudad', mediante el que se van a poder determinar los ejes urbanos que son prioritarios en la ciudad, así como establecer de forma coordinada la planificación de las actuaciones más importantes que se vayan a desarrollar en los próximos años...

[Ver artículo completo](#)



El Ayuntamiento y la Universidad retoman la elaboración del Plan Estratégico para la ciudad de Huelva

19 de septiembre de 2015



El concejal de Empleo, Desarrollo Económico y Proyectos del Ayuntamiento de Huelva, Jesús Manuel Bueno, ha mantenido una reunión esta semana con el rector de la Universidad de Huelva, Francisco Ruiz, y con un profesor del Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Dirección de Operaciones de la Onubense, Francisco Aguado, con el objeto de retomar cuanto antes los trabajos de elaboración del Plan Estratégico, Económico, Ecológico y Social de la ciudad de Huelva...

[Ver artículo completo](#)

- Comunicación
- Participa
- Plan
- Avisos Legales



PARTICIPA

Es la sección más importante de la web, que contiene la encuesta online. Una vez se accede a ella y el usuario se identifica como ciudadano de Huelva, puede comenzar el test. El sistema elegido para la operativa de recogida de datos, dispone de alertas que identifican la repetición intencionada de tests, lo que evita el falseo de los resultados (Ilustración 16).

The screenshot shows the 'Participa' section of the he2025 website. The header includes navigation links: Inicio, Plan, Comunicación, Participa, and Contacto. The main content area is titled 'Participa' with the subtitle 'Tu colaboración es imprescindible'. Below this is a section titled 'Dinámica de Participación' which contains several paragraphs of text explaining the survey process. Two examples of survey questions are provided:

- Ejemplo 1:** 'Priorizar el alquiler social iniciando políticas públicas desarrolladas desde el ayuntamiento'. A dropdown menu shows options 1 (Poco prioritario), 2, 3 (Prioridad media), 4, and 5 (Muy Prioritario). Option 4 is highlighted with a mouse cursor.
- Ejemplo 2:** 'Reconocimiento del envejecimiento activo mediante un paquete de acciones para impulsarlo'. A dropdown menu shows options 1 (Poco prioritario), 2, 3 (Prioridad media), 4, and 5 (Muy Prioritario). Option 3 is highlighted with a mouse cursor.

Below the examples, there is a final instruction: 'Si ha entendido el procedimiento proceda a realizar la evaluación, en la parte inferior de esta página, una vez que haya leído las consideraciones técnicas para la participación y los aspectos de privacidad.'

Ilustración 16. Participación de la ciudadanía a través de la página web



Consideraciones técnicas para la participación

El cuestionario no estará completo hasta que haya valorado el 100% de las preguntas. Es muy importante que dedique el tiempo suficiente a cada pregunta. Se considerarán **NO VÁLIDOS** aquellos formularios que de forma repetitiva, provengan de un mismo dispositivo, o incluyan resultados que manifiesten un alto grado de incoherencia.



Privacidad

En esta página web no se recogen sus datos personales. El cuestionario es anónimo y voluntario y sólo requiere que incorpore su código postal, sexo y edad, con el fin de realizar un análisis demográfico de las participaciones.



Dudas

Si tiene alguna duda sobre su participación en el proceso, contacte con el equipo coordinador de la Universidad de Huelva a través del [formulario de contacto](#).

*¿Reside usted actualmente en la ciudad de Huelva
(en Huelva capital no en ninguno de los municipios
de la provincia)?*

Sí, continuar con el
cuestionario

No, abandonar el
cuestionario

- Comunicación
- Participa
- Plan
- Avisos Legales



Universidad
de Huelva



Ayuntamiento
de Huelva

CONTACTO

En el área de contacto, se dispone de la información necesaria para contactar con el equipo de Organización del Plan (Ilustración 17).

he2025 HUELVA ESTRATEGIA 2025

Inicio Plan Comunicación Participa Contacto

Contacto

Información básica organización

El Ayuntamiento de Huelva promueve este proceso de reflexión estratégica y ha confiado a la Universidad de Huelva la elaboración del Plan Estratégico "Huelva Estrategia 2025"

Para desarrollar este proceso, el Ayuntamiento de Huelva encargó, a finales de 2015, la elaboración del documento del plan a la Universidad de Huelva, aspecto que quedó plasmado en un convenio firmado entre el Alcalde y el Rector.

Ayuntamiento de Huelva
Excmo. Ayuntamiento de Huelva
Plaza de la Constitución, s/n
21003 (Huelva)
Tlfno. 959 210 101

Universidad de Huelva
Dirección de Calidad
Universidad de Huelva
Avda. 3 de Marzo, s/n 21071 (Huelva)
Tlfno. 959 218 000

Formulario de Contacto Organización

Nombre Dirección de correo electrónico

Mensaje

10 + 10 =

Enviar

Ilustración 17. Información de contacto publicada en la página web





CALENDARIO EDITORIAL EMPLEADO EN LAS REDES SOCIALES



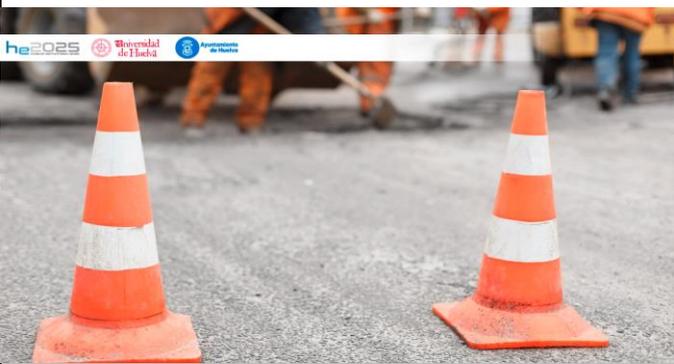
facebook



twitter

Ilustración 18. Calendario editorial utilizado para las redes sociales

Día	Red	Objetivo	Temática	Fuente	Contenido visual (foto, video, gráfico...)	MENSAJE
01/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Desarrollo y bienestar personal y social	PLAN		Tenemos la oportunidad de participar en el futuro de nuestra ciudad a través de la valoración de propuestas en el área de Desarrollo y Bienestar Social. Por eso, es importante que completes la encuesta anónima que encontrarás en www.huelvaestrategia2025.com
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		Desarrollo y Bienestar Social. Un área en la que tenemos la oportunidad de trabajar juntos www.huelvaestrategia2025.com
02/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Turismo	PLAN		El turismo crece en Huelva y nosotros, tenemos una responsabilidad con el futuro de esta interesante fuente de ingresos. ¿Participamos? #he2025
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		Ayudemos a tomar las decisiones sobre el futuro del turismo a través del Plan #HE2025

03/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Medioambiente y Salud	PLAN		<p>La apuesta del Ayuntamiento de Huelva por la Salud de los ciudadanos, en los próximos años, cuenta con tu influencia. Participa en el Plan HE2025!</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		
Día	Red	Objetivo	Temática	Fuente	Contenido visual (foto, video, gráfico...)	MENSAJE
06/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Cultura	PLAN		<p>¿Qué es para ti la #Cultura en #Huelva? Toma decisiones comunes con el resto de la ciudadanía, a través del Plan Huelva Estrategia 2025. Entra en www.huelvaestrategia2025.com y completa la encuesta anónima.</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		
07/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras	PLAN		<p>Para que la Huelva de 2025 sea más sostenible desde un punto de vista de la #movilidad, es importante que todos participemos en la encuesta del plan estratégico de la ciudad. Si aún no lo has hecho, te invitamos a entrar en www.huelvaestrategia2025.com e invertir unos minutos en este fin tan interesante.</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		

08/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Deporte	PLAN		<p>Huelva tiene espíritu deportivo. A lo largo de los años, la trascendencia del deporte en la ciudad ha pasado por muchas etapas. Lo que suceda en este apartado hasta el año 2025, depende en gran medida de tu aportación. Déjala escrita de forma anónima en www.huelvaestrategia2025.com</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		<p>#Espiritudeportivo en Huelva. Deja por escrito qué piensas que debe cambiar en www.huelvaestrategia2025.com</p>
09/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Desarrollo y bienestar personal y social	PLAN		<p>Nuestro día a día; obstáculos, retos, motivaciones. Todo, se agrupa en el Desarrollo y bienestar de nuestra sociedad. Huelva, tiene un reto importante en el que cuenta con tu opinión. Entra en www.huelvaestrategia2025.com y déjala de forma anónima.</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		<p>¿Crees en la importancia del Desarrollo y bienestar de nuestra ciudad? Opina en www.huelvaestrategia2025.com</p>
10/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Turismo	PLAN		<p>¿Tienes amigos que visitan Huelva? El contraste de visiones y nuestra percepción de este motor económico de la ciudad, tienen cabida en el Plan Huelva Estrategia 2025 a través de su web oficial > www.huelvaestrategia2025.com</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		<p>¿Qué percepción tienes sobre el #turismo en #huelva? Opina en www.huelvaestrategia2025.com</p>

Día	Red	Objetivo	Temática	Fuente	Contenido visual (foto, video, gráfico...)	MENSAJE
12/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Medioambiente y Salud	PLAN		El entorno de #Huelva es un valor de la ciudad que seguro te interesa. Por eso, tiene un apartado específico en el Plan HE2025. Influye en el futuro, participa!
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		#Huelva tiene un entorno de gran importancia para la ciudadanía. ¿Qué podemos hacer para mejorarlo hasta 2025?
13/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Economía y Emprendimiento	PLAN		<p>Crecer de forma sostenible y ordenada es un argumento ambicioso. Pero hoy, tenemos la oportunidad de influir sobre cómo se invierte el dinero el apartado de Economía y Emprendimiento. Hazlo a través de www.huelvaestrategia2025.com</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		Crecimiento sostenido, en el que podemos influir mediante la mesa de Economía y Emprendimiento del Plan HE2025
14/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Cultura	PLAN		Una de las medidas más trascendentes de la sociedad, es la capacidad para poner en valor la cultura. Por eso, en el Plan HE2025, este apartado tiene una mesa completa en la que podemos participar para influir sobre el futuro.
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		La #cultura es una medida de la propia sociedad. Influye en su futuro para #Huelva en el Plan HE2025 www.huelvaestrategia2025.com

15/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Urbanismo, movilidad sostenible e infraestructuras	PLAN		Seguro que tienes una opinión formada sobre Urbanismo y Movilidad en #Huelva. Trasládala a la encuesta anónima del Plan HE2025 en www.huelvaestrategia2025.com
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		¿Qué opinas sobre urbanismo y movilidad en #Huelva? Deja tu aportación en www.huelvaestrategia2025.com
16/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Deporte	PLAN		¿Crees que el #deporte es importante para la ciudad de #Huelva? Nosotros pensamos que dedicar un mesa completa en la encuesta del Plan Estratégico, nos proporcionará herramientas para que así lo sea hasta 2025. www.huelvaestrategia2025.com
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		¿Piensas que el #deporte es importante para #Huelva? www.huelvaestrategia2025.com
Día	Red	Objetivo	Temática	Fuente	Contenido visual (foto, video, gráfico...)	MENSAJE
17/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Desarrollo y bienestar personal y social	PLAN		Nuestro día a día, está influenciado por el entorno de la ciudad. Si crees que tu bienestar y el desarrollo de la ciudadanía tiene opciones de mejora, puedes dejar tu opinión en www.huelvaestrategia2025.com
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		El entorno influye en el bienestar de la #ciudadanía de #Huelva. ¿Cómo crees que se puede mejorar?

19/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Turismo	PLAN		<p>Cada año, Huelva es un referente en Turismo. La ciudad de Huelva, puede mejorar sus infraestructuras y estrategias para mejorar este flujo. Por eso, en el Plan HE2025 tenemos una opción de influencia sin precedentes.</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		<p>#Huelva y el #Turismo tienen una opción de mejora a través del Plan HE2025 - www.huelvaestrategia2025.com</p>
20/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Medioambiente y Salud	PLAN		<p>Hoy, tienes la oportunidad de trasladar tu opinión sobre el #medioambiente de #Huelva gracias al Plan Estratégico HE2025. www.huelvaestrategia2025.com</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		<p>Traslada tu opinión sobre #medioambiente en #Huelva al Plan HE2025 en www.huelvaestrategia2025.com</p>
21/09/2016	FB	PARTICIPACIÓN	Economía y Emprendimiento	PLAN		<p>Los onubenses, tenemos inquietudes en el ámbito económico y del emprendimiento. Por eso, es crucial que entre todos, desarrollemos la #Huelva del futuro a través de nuestra opinión transparente en el Plan HE2025.</p>
	TW	PARTICIPACIÓN		PLAN		<p>Plasma tus inquietudes en el partado de #Economía y #Emprendimiento a través de www.huelvaestrategia2025.com</p>

SE TERMINÓ DE REDACTAR ESTE

PLAN ESTRATÉGICO DE HUELVA
ESTRATEGIA 2025

EL DÍA 30 DE NOVIEMBRE DE 2016
ESTANDO AL CUIDADO DE LA EDICIÓN
EL VICERRECTORADO DE CALIDAD Y PLANIFICACIÓN
ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE HUELVA.



he2025
HUELVA ESTRATEGIA 2025

he2025
HUELVA ESTRATEGIA 2025



Ayuntamiento
de Huelva