



JULIO 2022

Encuesta ciudadana Playa de San Marcos

Ayuntamiento de Icod de Los Vinos



Realizado por: HMS Intelligence

ÍNDICE

1. Antecedentes y justificación del proyecto
2. Historia y antecedentes de Icod de los Vinos
3. Historia y características de la Playa de San Marcos
4. Proyecto de recuperación de la Playa de San Marcos
 - 4.1. Beneficiarios
5. Metodología general
6. Metodología específica aplicada al proyecto
 - 6.1. Duración y herramientas utilizadas
 - 6.2. Geolocalización
7. Resultados obtenidos
 - 7.1. Datos generales de los encuestados
 - 7.2. Opinión ciudadana
8. Conclusiones
9. Anexos
 - 9.1. Tabla Resumen de datos
 - 9.2. Formulario de participación
 - 9.3. Respuestas obtenidas
 - 9.4. QR Respuestas

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género de los encuestados

Gráfico 2. Edad de los encuestados

Gráfico 3. Barrio de los encuestados

Gráfico 4. Preferencia del tipo de arena

Gráfico 5. Espera por la Playa de San Marcos

Gráfico 6. Actuaciones en la Playa de San Marcos

Gráfico 7. Arena de machaqueo

Gráfico 8. Uso de cenizas del volcán



1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Con motivo de la iniciativa de recuperación de la Playa de San Marcos, impulsada por el Ayuntamiento de Icod de los Vinos y derivada de la desaparición de la arena, la Dirección General de Costas ha dado luz verde al proyecto supeditado al uso de una tipología en concreto, la arena de machaqueo.

Dado el impacto negativo que pueden causar estas extracciones de áridos al medio, se ha propuesto que el reintegro de arena en la playa sea de arena natural propia de San Marcos o de otro tipo de arena foránea.

Como consecuencia de las circunstancias anteriormente expuestas, se ha realizado una encuesta vecinal con el objetivo de conocer la opinión de la población empadronada en el municipio con edad igual o superior a los 16 años.

Este informe pretende acercar el parecer de los ciudadanos en cuanto al empleo arena natural propia de la Playa de San Marcos u otro tipo de arena foránea para su restitución. Además de ello, estos podrán aportar propuestas para dar solución a la problemática que presenta la playa. Por último, se reflejará el sentir del municipio respecto a la posibilidad de emplear ceniza del Volcán de La Palma.

2. HISTORIA Y ANTECEDENTES DEL MUNICIPIO DE ICOD DE LOS VINOS

Icod de los Vinos es un municipio perteneciente a la provincia de Santa Cruz de Tenerife cuya capital se encuentra en el casco urbano de Icod, el cual ha sido declarado “Bien de Interés Cultural” por su importancia y raíces históricas. Debe su nombre a los exquisitos y reconocidos vinos que produce su suelo y se caracteriza por la presencia de una rica y llamativa arquitectura tradicional.

De conformidad con los últimos estudios realizados por el INE, el municipio cuenta con una cifra de 23310 habitantes entre los que se encuentran un total de 11489 hombres y 11821 mujeres con una densidad de población de 242,96 habitantes por Km2. No obstante, se tiene constancia de que esta cifra ha aumentado en el último año, superando los 25.000 ciudadanos.

Cabe destacar, que el municipio cuenta con una superficie de Espacios Naturales Protegidos, tales como, el Parque Nacional del Teide, el Parque Natural de la Corona Forestal y el Paisaje Protegido de los Acantilados de la Culata.

Asimismo, debemos hacer referencia al reconocido “Drago Milenario de Icod de los Vinos” al que se le atribuye una longevidad de más de 1000 años y que atrae a un elevado número de turistas anualmente.





3. HISTORIA Y CARACTERÍSTICAS DE LA PAYA DE SAN MARCOS

La Playa de San Marcos es una cala de arena negra abrigada por cantiles cercanos a los 100 metros de altura de gran valor histórico para los icodenses que constituye el único espacio del municipio para el desarrollo de actividades relacionadas con el mar.

Ha supuesto a lo largo de los años, una importante zona de atracción turística ya que se viste de fiesta cada 23 y 24 de junio con los tradicionales Hachitos de San Juan y la embarcación de San Juanito por la bahía.

Cuenta con unas dimensiones de 160 metros de longitud por 40 metros de ancho y está compuesta de arena negra de origen volcánico.

Se trata de un área de la vertiente norte de la isla de Tenerife situada entre dos salientes: punta Atalasca al este y la zona del Drago, en la Playa de cantos de La Coronela, a poniente.

De igual manera, cabe destacar que la actividad marinera recreó un puerto pesquero donde las actividades relacionadas con la mar han impregnado este espacio de la costa icodense, y cuya práctica se ha visto reflejada en la actualidad.

Asimismo, en San Marcos se ha desarrollado un urbanismo ligado al verano y la segunda residencia. Restaurantes, tascas, bares y cafeterías son algunas de las infraestructuras creadas para el disfrute de la playa. La caleta cuenta, además, con unas temperaturas agradables a lo largo de todo el año.

4. PROYECTO DE RECUPERACIÓN DE LA PLAYA DE SAN MARCOS

Sin duda alguna, la mencionada Playa de San Marcos, constituye una zona de costa de alto valor para sus visitantes, ya sea por su llamativa ubicación y características o por sus raíces históricas que han hecho que los descendientes de antiguos pescadores de la playa hayan heredado su afición y sigan visitando San Marcos para la práctica de actividades pesqueras.

Desafortunadamente, los visitantes han sido testigos de la pérdida de arena que ha sufrido a lo largo de los años la apreciada playa. En consonancia con estas circunstancias, se ha realizado este proyecto para la restitución de la arena.

En una primera fase del proyecto, el Ayuntamiento de Icod de los Vinos, ha realizado un video promocional informativo que fue emitido en la radio, televisión y a través de megafonía, y que se podía visualizar, además, en las redes sociales y en la página web de esta entidad, encargada de su elaboración y publicidad. Por otro lado, se realizaron por parte de este organismo 7 reuniones vecinales previas para impulsar la iniciativa y favorecer la sensibilización de la ciudadanía.

Posteriormente, se ha encuestado a los ciudadanos empadronados en Icod de los Vinos como manifestación del denominado "Plan de Gobierno Abierto", reflejado en la Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de Transparencia y de Acceso a la Información Pública; y en la Ley 5/2010, de 21 de junio, Canaria de Fomento a la Participación Ciudadana). Tiene como objetivo promover la transparencia y participación de las partes interesadas en el proyecto, al entender que se trata de una decisión que debe emanar del pueblo y que dará lugar a una posterior puesta en marcha de la iniciativa que se llevará a cabo por el ayuntamiento del municipio., el cual actuará en cumplimiento de la Ley 2/1988, de 28 de julio, de Costas..

En dicha encuesta se plantea qué tipo de arena es de preferencia, si la arena natural propia de la playa u otro tipo de arena foránea.

Por otro lado, se facilita un apartado de observaciones dónde cada encuestado puede realizar propuestas de actuación para mejorar las condiciones de la playa.

Finalmente, se cuestiona si estos estarían de acuerdo con utilizar ceniza del Volcán de La Palma como arena caso de ser viable técnica y medioambientalmente.

4.1 BENEFICIARIOS

Como resultado de la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de recuperación de la Playa de San Marcos, podemos entender, por tanto, que serán beneficiarios todos aquellos ciudadanos empadronados en el municipio de Icod de los Vinos, así como, aquellos visitantes habituales o no, procedentes de otros municipios y turistas que acuden a la playa durante todo el año.

Se pretende, además del transporte o extracción de la arena para la playa, poder mejorar las condiciones e infraestructuras para atraer a un mayor número de visitantes, así como, realizar cualquier actuación que resulte atractiva y viable derivada de los censos obtenidos a través de los formularios realizados, de los que se tendrá en cuenta la opinión mayoritaria.

5. METODOLOGÍA GENERAL

La metodología escogida para la gestión del trabajo, si bien es originaria de Intel, nunca ha dejado de usarse y a día de hoy, es una metodología de gran reconocimiento y actualidad que todas las empresas quieren incorporar. Hablamos de los OKR, Objectives and Key Results, que en español traduce como objetivos y resultados clave, el método de trabajo que impulsa la alineación organizativa a través de la consecución de objetivos comunes y que se ha convertido en un sistema fundamental para que todos los miembros del proyecto se dirijan hacia la misma dirección.

¿Qué es la metodología OKR?

La metodología de OKR es una de las más utilizadas por las grandes organizaciones para establecer metas medibles que aseguran que todos los involucrados trabajan en pro a las metas de la empresa.

Establecer objetivos y cuantificarlos es una forma eficiente en la que las empresas pueden mirar hacia el futuro y dejar de hacer estimaciones subjetivas de lo que podría pasar y comenzar a pensar en lo que se va a lograr.

¿Qué ventajas y beneficios nos aportan los OKR?

La metodología OKR es mucho más que una forma de trabajar porque faculta a las organizaciones conocerse mejor, aumentar el rendimiento y mejorar los resultados:

- Permite realizar un seguimiento sistemático de los objetivos estratégicos.
- Aumenta la transparencia porque los objetivos y resultados clave de equipo e individuos son públicos.
- Mejora la motivación de las personas porque saben cómo contribuyen de forma individual a los objetivos.

5. METODOLOGÍA GENERAL

La empresa BetterWorks define en su estudio Getting Started with Objectives & Key Results (OKRs) que los OKR's ayudan a las organizaciones a:

- Imponer un sentimiento de compromiso para la consecución de objetivos.
- Informar a todos los miembros de lo que es importante.
- Permitir una comunicación más precisa.
- Establecer indicadores que midan el progreso.

¿En qué consiste?

Una de las peculiaridades que distinguen a los OKR de otras estrategias de planificación es que los objetivos se discuten de manera circular entre los empleados y los directores, y al menos la mitad de los objetivos se proponen desde abajo hacia arriba. Dicho de otro modo, los empleados forman parte del proceso de definición de los objetivos.

Una vez definidos estos objetivos, lo siguiente es decidir los resultados que permitirán alcanzarlos. Por cada objetivo, detallaremos un par de resultados medibles

La estructura de un OKR es tan efectiva como sencilla. Consta de un Objetivo, que define una meta a alcanzar, y hasta 5 Resultados Clave, que miden el progreso.

Los Objetivos planteados deben tener estas características:

- Ser ambiciosos.
- De duración determinada.
- Breve y simple.

5. METODOLOGÍA GENERAL

En cuanto a los Key Results o el cómo vas a medir los objetivos deben cumplir con las siguientes particularidades:

- Ser medibles: Tener un número específico a alcanzar o ser binarios (cumplido no cumplido/ hecho o no hecho).
- Describir resultados, no tareas: Los Key Results no son un checklist o una lista de cosas por hacer. Así se planteen estrategias para cumplir, estos deben describir resultados más que actividades.
- Surgir de acuerdos: Los equipos deben definir los resultados a alcanzar en conjunto, no deben ser impuestos sino resultado de las propuestas del personal.
- ¿Qué se consigue con los OKR?

Alinear el trabajo de toda la organización y marcar un único rumbo para todos sus miembros. Sin duda, un método innovador que permite definir los objetivos en base a los resultados obtenidos, medir el progreso de cada uno de ellos.

Es un modelo que impide que los equipos pierdan el foco, favorece el alineamiento de la organización con los objetivos estratégicos y fomenta tanto la autonomía como la responsabilidad de las personas.

La metodología de OKR es bastante flexible y por lo tanto los líderes de cualquier área o cualquier empresa sin importar su sector pueden adoptarla para aprovechar sus beneficios.

6. METODOLOGÍA ESPECÍFICA APLICADA AL PROYECTO

La metodología específica aplicada al proyecto en cuestión ha consistido en el desarrollo de una campaña de branding que ha constado de: un video promocional informativo realizado por parte del Ayuntamiento de Icod de los Vinos, emitido a través de diferentes medios; y el diseño y elaboración de indumentaria para dicha campaña por parte de HMS Intelligence para impulsar la sensibilización de los vecinos del municipio; seguido de la realización de las encuestas a los ciudadanos empadronados en Icod, a través de:

- Enlace facilitado por el Ayuntamiento de Icod a través de su página web oficial y redes sociales.
- Posibilidad de escaneo de código QR disponible en los distintos puntos geográficos seleccionados por el ayuntamiento para cumplimentar la encuestas.
- Realización de encuestas por parte del equipo de HMS Intelligence en las zonas establecidas, de carácter fijo o rotatorio mediante el uso de tablets de rápida navegación.

A continuación, se expone de forma más detallada el alcance e implicación en la campaña de branding:

- Fomento de la sensibilización de la ciudadanía por medio de la difusión de un primer video promocional informativo por parte del Ayuntamiento de Icod en la radio, televisión y megafonía. Podía visualizarse, a su vez, a través las redes sociales y página web del ayuntamiento. En este video confeccionado y publicitado por dicha entidad, se explicaba el proyecto a desarrollar, su duración y los puntos geográficos dónde podían realizarse las encuestas de forma presencial

- En segundo lugar, diseño y uso por parte del equipo de HMS Intelligence, de polos que incluían el código QR y gorras distintivas con el logo del ayuntamiento y del proyecto.
- Por último, diseño y establecimiento de roll ups desde HMS Intelligence, en los puestos fijos a los cuales los ciudadanos podían dirigirse para realizar sus encuestas.

6.1 DURACIÓN Y HERRAMIENTAS UTILIZADAS

En relación con la duración del proceso de encuestas, transcurrió desde el inicio del día martes 19 de julio de 2022 hasta las 24:00h del sábado 23 de julio de 2022 a través del enlace.

Por su parte, el equipo de HMS Intelligence estuvo realizando los cuestionarios en Icod durante este mismo periodo desde las 11:00h hasta las 19:00h cada día en el municipio de Icod a través de la plataforma Zoho Forms.

La plataforma Zoho Forms se ha utilizado como herramienta principal para realizar las encuestas y constituye un soporte para crear y compartir formularios en línea; la recopilación de datos; y la recepción de alertas instantáneas.

A continuación se exponen en mayor profundidad las bondades con las que cuenta esta plataforma:

1. GENERADOR DE FORMULARIOS

Cuenta con interfaz de usuario, más de 40 tipos de campos y temas y plantillas personalizables con medidas aplicables a cada caso de forma específica.

2. RECOPIACIÓN DE DATOS

Facilita la integración de formularios en páginas web y compartir enlaces con URL acortada, de forma privada o a un público más amplio en función de las necesidades.

3. ANÁLISIS DE DATOS

A través del seguimiento del UTM ("Unified Threat Management") y análisis de formularios, se puede medir su rendimiento y lograr su optimización. Permite ordenar y revisar entradas de formularios, exportarlas como hojas de cálculo o enviar datos a las aplicaciones utilizadas.

4. NOTIFICACIONES INSTANTÁNEAS

Presenta un sistema para generar alertas cada vez que se actualice o envíe un nuevo registro a través del correo electrónico. Se pueden incluir archivos adjuntos y mantener informados a los destinatarios correspondientes, así como, recibir actualizaciones de forma automática en la plataforma de chat.

Para el proyecto en cuestión, se ha utilizado la función de Zoho Forms para generar formularios que han constado de:

-Una primera parte, en la que se pedían los datos identificativos del ciudadanos para comprobar que estaban empadronados en el municipio. Tales datos solicitados incluían: nombre y apellidos, edad, sexo, DNI y barrio al que pertenecían.

-En una segunda parte, se realizaban a los participantes las preguntas que conformaban el cuestionario, tales como: el tipo de rena que preferían para la playa, si arena propia de San Marcos u otro tipo de arena foránea; si consideraban que debía de realizarse alguna actuación para la mejora de las condiciones de la zona; y si estaban de acuerdo con utilizar ceniza del Volcán de La Palma, en caso de ser esto viable técnica y medioambientalmente.

Otra de las herramientas utilizadas por el equipo de HMS Intelligence fue la web de diseño gráfico, impresión y composición de imágenes, Canva.

Se trata de una web que se puede utilizar de forma gratuita pero que presenta, a su vez, una alternativa de pago que facilita el uso de opciones más avanzadas y cuenta con: al rededor de 800 plantillas; más de 100 tipos de diseños, los cuales se pueden personalizar desde cero; posibilita la incorporación de imágenes, otros elementos y textos; y permite crear flyers, portadas, programas e invitaciones, entre otros.

Entre las funciones de Canva, se encuentran las siguientes herramientas de creación de contenido online:

- -Biblioteca de imágenes
- -Creación de marca personalizable y de organigramas
- -Distribución de correo electrónico
- -Edición de imágenes y texto con y sin conexión
- -Herramientas CAD ("Computer Aided Design o Diseño Asistido por Ordenador")
- -Importación y exportación de datos
- -Integración CMS ("Content Management System")
- -Integración de redes sociales
- -Integración de servicios de impresión
- -Mapas mentales
- -Marcas de agua
- -Marketing multicanal

En este proyecto, se ha utilizado esta plataforma para elaborar la campaña de branding que incluye: diseño de polos, gorras y roll ups con logos y códigos QR; y redacción del posterior informe gracias al uso de sus plantillas, diseños, opciones personalizables y posibilidad de incorporación de imágenes.

Una vez aplicada esta metodología y llevado a cabo el desarrollo de las encuestas, los resultados han reflejado una cifra de participación que asciende a 1080, de las cuales se han podido extraer 907, al atender las causas de exclusión de las restantes a los siguientes motivos:

-Haber votado siendo menor de 16 años.

-No vivir en el municipio ni estar empadronado en él, a pesar de haber comunicado lo contrario antes de realizar la encuesta.

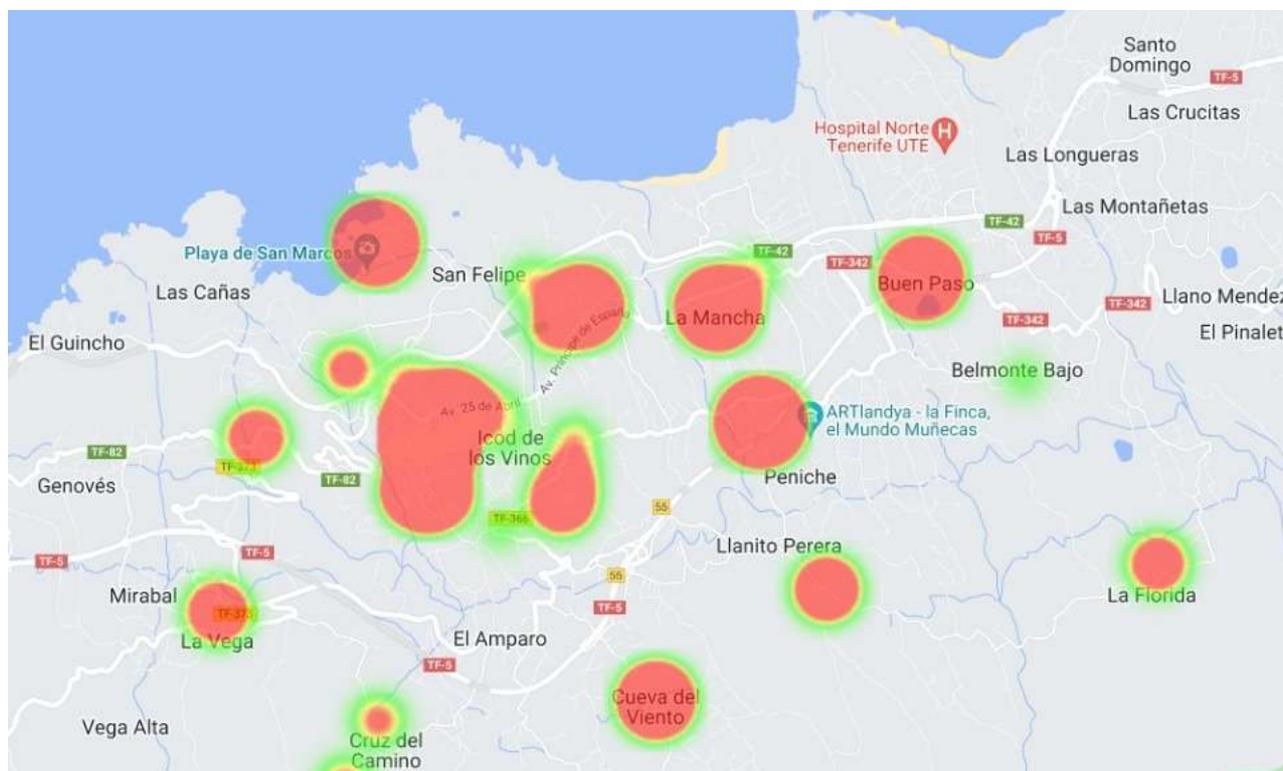
-Vivir en el municipio sin haberse registrado aún en el padrón municipal, a pesar de haber comunicado lo contrario antes de realizar la encuesta.

6.2 GEOLOCALIZACIÓN

Las zonas en las que se llevaron a cabo estas encuestas de manera presencial en el municipio de Icod fueron: Buen Paso, Santa Bárbara, La Mancha, La Centinela y El Amparo, de forma rotatoria; y la Playa de San Marcos y la Plaza del Ayuntamiento como puestos fijos.

Tanto la zona de la Escalinata del Ayuntamiento, como la Playa de San Marcos, la Centinela, y El Amparo fueron áreas estratégicas dada su gran afluencia a lo largo del día; al contrario que las zonas restantes donde no se mostró tanto tránsito de personas como en las anteriormente mencionadas.

A continuación, se muestra el mapa de calor del municipio donde podemos observar las ubicaciones de mayor afluencia y fluidez poblacional de Icod:

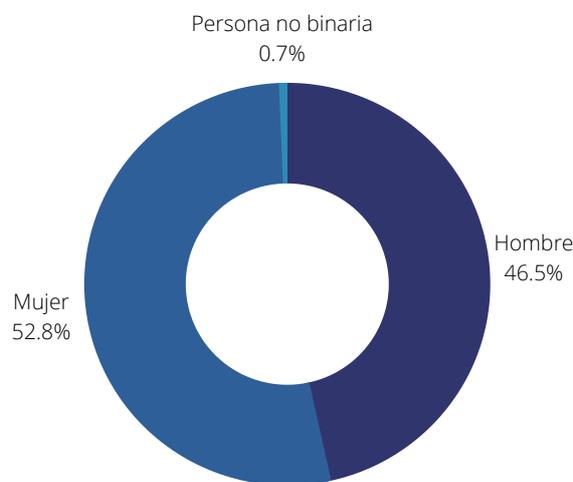


7. RESULTADOS OBTENIDOS

7.1. DATOS GENERALES DE LOS ENCUESTADOS

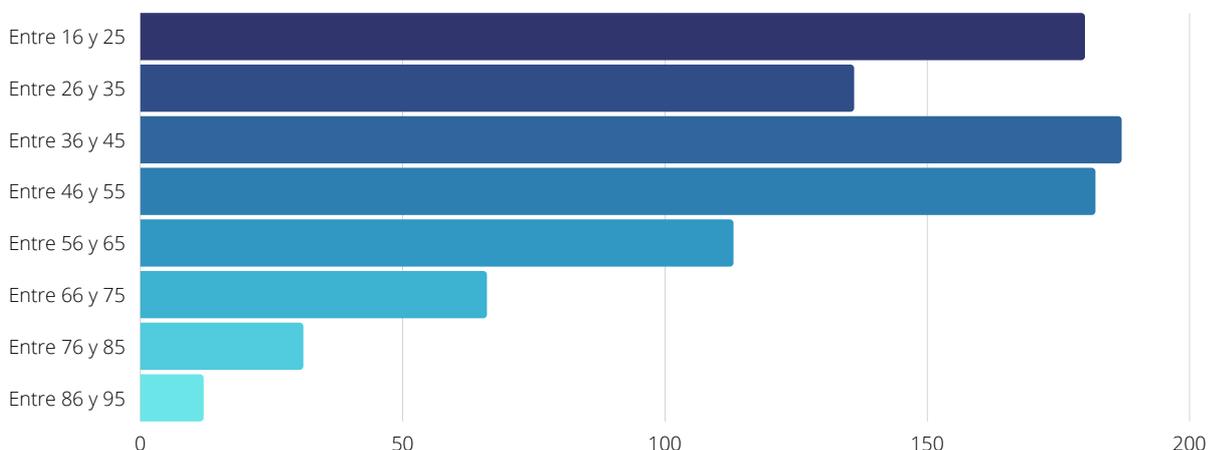
La población encuestada tenía como requisito obligatorio encontrarse empadronada en el municipio de Icod de Los Vinos y tener 16 años o más. Tal y como se muestran los datos en la siguiente gráfica, se aprecia que existe cierta paridad a la hora de resolver el formulario entre mujeres (52,81%) y hombres (46,53%), declarándose el resto como no binario (0,66%).

Gráfico 1. Género de los encuestados



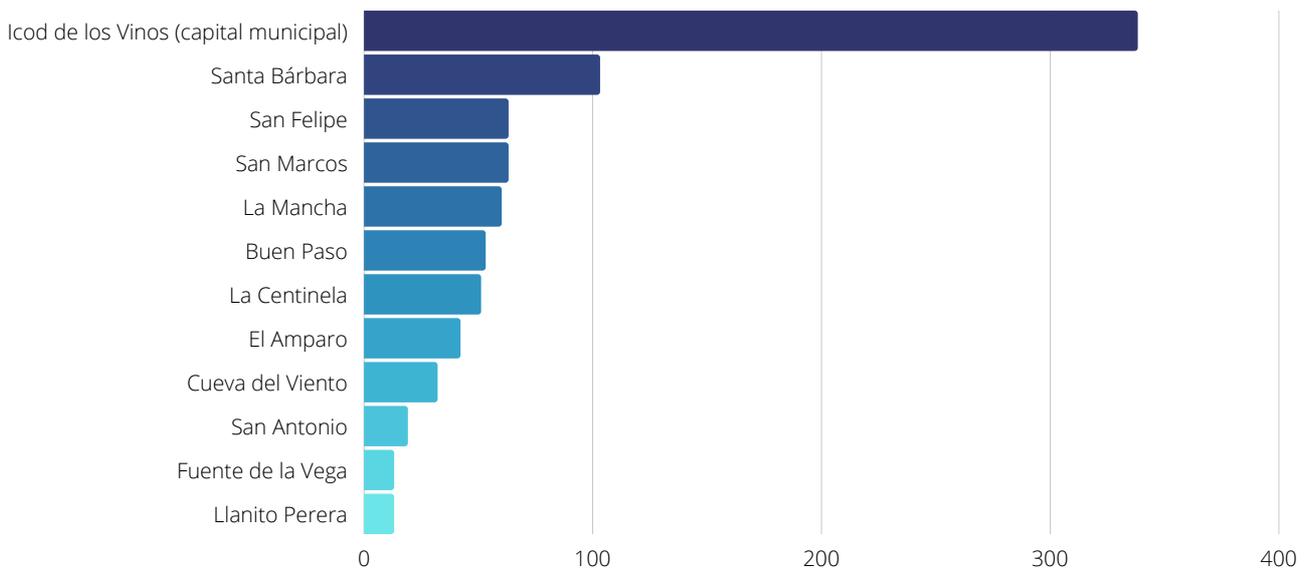
Respecto a la edad de las personas encuestadas, la muestra se concentra principalmente entre las personas entre 36 y 45 años de edad (20,62%), seguido de las personas cuya edad se encuentra entre los 46 y los 55 años (20,07%) y entre los 16 y 25 años (19,85%)

Gráfico 2. Edad de los encuestados



En lo referente al barrio donde está empadronado, la gran parte de la muestra se encuentra en la zona de Icod de Los Vinos (capital municipal) con un 37,27% del total de los encuestados. Los siguientes barrios con mayor participación son: Santa Bárbara (37,27%), San Felipe (6,95%), San Marcos (6,95%) y La Mancha (6,62%).

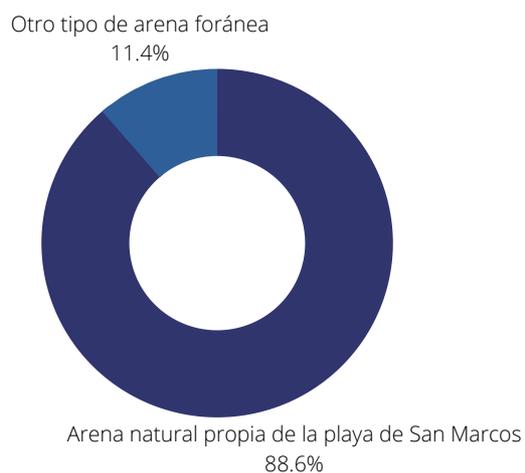
Gráfico 3. Barrio de los encuestados



7.2. OPINIÓN CIUDADANA

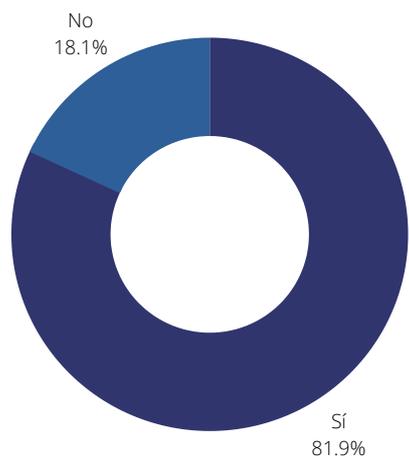
En cuanto a la preferencia del tipo de arena, cabe destacar que del total de encuestados, aproximadamente nueve de cada diez opta por la arena natural propia de la Playa de San Marcos. 804 ciudadanos de Icod de Los Vinos opta por rescatar la arena situada en la playa antes que utilizar otro tipo de arena foránea.

Gráfico 4. Preferencia del tipo de arena



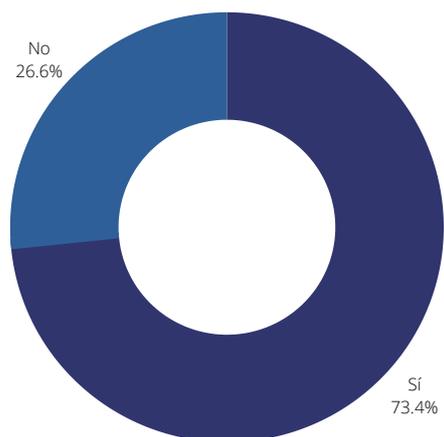
Asimismo, también se ha querido conocer si las personas encuestadas estarían dispuestas a esperar el tiempo suficiente para que la Playa de San Marcos tenga arena natural. En este sentido, aproximadamente cuatro de cada cinco personas encuestadas afirma que sí. Es decir, un total de 742 personas del municipio preferirían esperar el tiempo suficiente para poder disponer de la arena propia de la playa.

Gráfico 5. Espera por la Playa de San Marcos



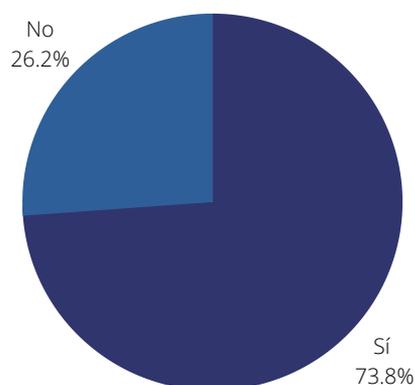
En lo referente a si se debería de realizar mientras alguna actuación, el 73,4% del total de personas encuestadas afirman que sí, mientras que el 26,64% restante dice que no. En este sentido, 661 encuestados consideran que deberían de llevarse a cabo diferentes iniciativas que mejoren el entorno de la playa. Dentro de las actividades más demandadas se encuentran limpiar y eliminar todas las piedras con el fin de mejorar toda la accesibilidad en la playa, llevar a cabo diferentes actuaciones como incluir una escollera o eliminar el antiguo muelle o llevar a cabo diferentes eventos que dinamice la zona, principalmente actividades para los niños.

Gráfico 6. Actuaciones en la Playa de San Marcos



La arena de machaqueo es de naturaleza de piedra, de la que procede como consecuencia del tratamiento mecánico al que se someten. Tal y como recoge la siguiente gráfica, el 73,84% de las personas encuestadas saben lo que es la arena de machaqueo y lo que puede suponer. De esta manera, de los 669 ciudadanos del municipio que afirmaron que son conocedores de este material, el 80,08% saben que son áridos resultantes de la extracción terrestre, el 69,35% del total de los encuestados entienden que producen alteración del medio y más de la mitad (53,81%) están al tanto de que no se necesita la realización de estudios medioambientales porque la aportación no superará los 500.000 m3.

Gráfico 7. Arena de machaqueo



Por otro lado, también se ha querido conocer la opinión de los habitantes de Icod de Los Vinos, en caso de ser viable técnica y medioambientalmente, si estarían de acuerdo en utilizar cenizas del volcán de La Palma. En este sentido, el 52,45% del total encuestados se decanta por emplear dicho material para la Playa de San Marcos. Es decir, un total de 471 ciudadanos de Icod, en caso de que se dieran las condiciones, estarían conformes con el uso de las cenizas.



Gráfico 8. Uso de cenizas del volcán de La Palma



8. CONCLUSIONES

Tras exponer de manera detallada y pormenorizada el desarrollo del proyecto y los datos obtenidos en esta encuesta. A continuación, se enumerarán a modo de conclusión las consideraciones más relevantes.

- La arena adecuada para el desarrollo de proyecto debe ser arena natural. En donde la población está dispuesta a esperar el tiempo suficiente para que la playa cuente con su propia arena natural. Esta afirmación se fundamenta en la extracción de datos que arroja una contundencia clara en este particular.
- La población considera que es relevante realizar actuaciones relacionadas con la mejora de la playa en los diferentes ámbitos como la accesibilidad, limpieza y o, incluir una escollera para facilitar el baño y minimizar riesgos repentinos e incluso acciones de carácter comercial como actuaciones de dinamización comercial.
- Amplio conocimiento sobre la arena de machaqueo y sus consecuencias en la aplicabilidad.
- La idea de emplear cenizas del Volcán de la Palma, presenta un claro debate en donde existe la paridad entre las respuestas, obteniendo un poco de la mitad (52,8%) la conformidad para el uso de la misma.

9. ANEXOS

9.1. TABLA RESUMEN DE RESULTADOS

TIPO DE ARENA	ARENA NATURAL	OTRO TIPO DE ARENA FORÁNEA (MACHAQUEO)	NO SABE NO CONTESTA
Número de votos	804	103	0
¿ESPERARÍAS LO SUFICIENTE?	SÍ	NO	NO SABE NO CONTESTA
Número de votos	742	164	1
¿ALGÚN TIPO DE ACTUACIÓN?	SÍ	NO	NO SABE NO CONTESTA
Número de votos	661	240	6
¿SABE LO QUE ES ARENA DE MACHAQUEO?	SÍ	NO	NO SABE NO CONTESTA
Número de votos	669	237	1
¿UTILIZARÍA CENIZAS DEL VOLCÁN DE LA PALMA?	SÍ	NO	NO SABE NO CONTESTA
Número de votos	471	427	9

9.2. FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN

Nombre y apellidos

Género *

- Masculino
- Femenino
- No binario
- Otro

Edad *

DNI *

Barrio *

Términos y condiciones *

En cumplimiento de los principios del RGPD 679/2016 y la LOPD 3/2018, HMS Intelligence pone en conocimiento del interesado, los siguientes datos:

Responsable del tratamiento: HMS Intelligence International Engineering Development SL, con NIF B76739580, con domicilio en Calle Pasaje Los Peligros, 1, Piso 6. Of. 6C, 38002 Santa Cruz de Tenerife. Puede contactar con nosotros a través del 605 143 074 o del correo info@hmsintelligence.com.

Finalidad: Tramitar su solicitud de participación a la consulta "Encuesta Ciudadana de la Playa de San Marcos" organizada por el Ayuntamiento de Icod de Los Vinos.

Legitimación: Las bases legales del tratamiento de los datos son, el consentimiento del interesado y el cumplimiento de obligaciones del responsable, art. 6.1 a. y 6.1 c RGPD.

Destinatarios: Los datos identificativos de los asistentes serán cedidos al Ayuntamiento de Icod de Los Vinos con fines de conocer la opinión de la población.

Derechos: usted tiene derecho a acceder, rectificar y suprimir sus datos. Y a otros derechos tal como explica la información adicional que puede encontrar en nuestra política de privacidad en www.hmsintelligence.com.

Acepto permitir a HMS Intelligence almacenar y procesar mis datos personales.

Puedes darte de baja de estas comunicaciones en cualquier momento. Para obtener más información sobre cómo darte de baja, nuestras prácticas de privacidad y cómo nos comprometemos a proteger y respetar tu privacidad, consulta nuestra Política de privacidad.

**** Para participar en esta Encuesta Ciudadana debe estar empadronado en el Municipio de Icod de Vinos y tener 16 años o más años.**

Acepto los términos y condiciones.

¿Qué tipo de arena prefiere? *

- Arena natural propia de la playa de San Marcos
- Otro tipo de arena foránea

¿Está dispuesto/a a esperar el tiempo suficiente para que la playa de San Marcos tenga arena natural?

- Sí
- No

¿Considera que debería de realizarse mientras alguna actuación en la playa de San Marcos?

- Sí
- No

¿Qué deberíamos hacer mientras tanto?

¿Sabe lo que es arena de machaqueo y lo que puede suponer?

- Sí
- No

¿Sabía usted que..?

- Son áridos resultantes de la extracción terrestre
- No necesita la realización de estudios medioambientales porque la aportación no superará 500.000 m3
- Producen alteración del medio

En caso de ser viable técnica y medioambientalmente, ¿estaría usted de acuerdo con utilizar ceniza del volcán de La Palma?

- Sí
- No

9.4. QR RESPUESTAS PARA LA CIUDADANÍA





contacto

DIRECCIÓN: Pasaje Los Peligros 1, 6C, 38002,
Santa Cruz de Tenerife

TELÉFONO: +34 605 14 30 74

EMAIL: info@hmsintelligence.com

WEB: www.hmsintelligence.com

