

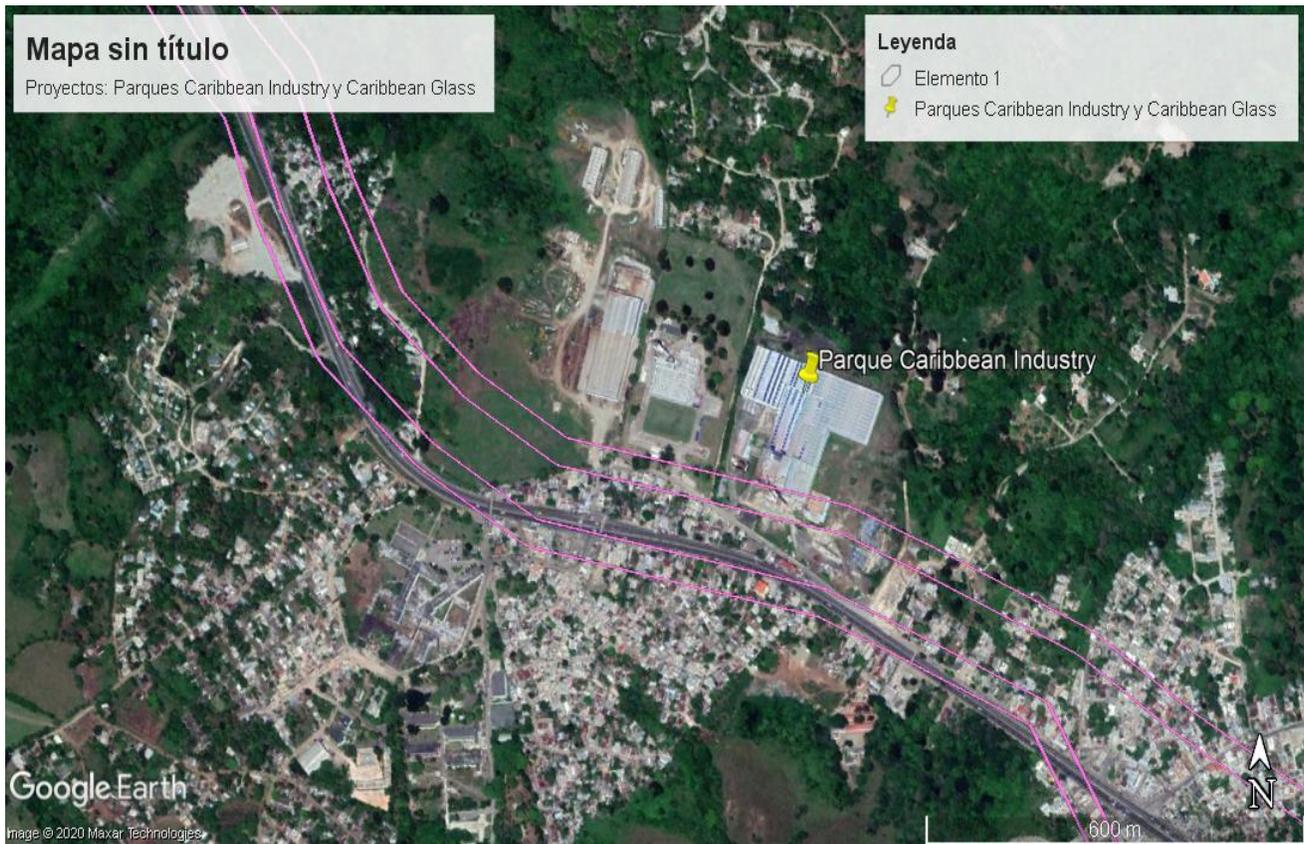
ANALISIS DE INTERESADOS

PROYECTO: CARIBBEAN GLASS INDUSTRYY

(CODIGO 18029)

KM 28, AUTOPISTA DUARTE, MUNICIPIO DE PEDRO BRAND

PROVINCIA SANTO DOMINGO



AQUILES CASTRO ARIAS

Registro No. 02-144

Septiembre de 2020

I.- INTRODUCCIÓN

Este análisis recoge las informaciones obtenidas en los sectores Los Altos de Pedro Brand, Mejoramiento Uno y la margen este de la autopista Duarte del municipio Pedro Brand, provincia Santo Domingo, donde está proyectada la instalación del Proyecto Caribbean Glass Industry, código 18029.

El proyecto consiste en la recuperación/reconstrucción de una planta de fabricación de envases de vidrio y su adecuación con nuevas tecnologías y maquinarias con el objetivo de satisfacer parte de la demanda local y regional. Ocupará una extensión superficial de 89,421.57 m² y un área de construcción de 34,000 m². El proyecto estará ubicado en el municipio de Pedro Brand, provincia Santo Domingo.

El informe incluye un listado conteniendo la diversidad de interesados, identificados a través de las entrevistas realizadas y la percepción que sobre el proyecto que tienen los comunitarios, así como el parecer de los encuestados sobre los valores ambientales de la zona, la tenencia de la tierra, principales fuentes de empleo, el uso del suelo, entre otros.

Las fuentes que sirvieron de base para el desarrollo de este trabajo, fueron la implementación de entrevistas directas y la aplicación de un cuestionario.

2.- OBJETIVOS DEL ANÁLISIS

Este análisis se propone una breve descripción del proyecto y determinar la percepción de los comunitarios sobre los aspectos siguientes:

- Influencia del proyecto sobre la comunidad, en lo económico y social,
- Tenencia de la tierra,
- Valores ambientales del área,
- Percepción de riesgos a inundación sobre el entorno.

3.- METODOLOGÍA

- Para la realización del presente informe, la metodología que se implementó incluyó tres herramientas para obtener las informaciones y cumplir con los objetivos propuestos, a saber:
- Primera, la utilización de información secundaria,
- Segunda, la entrevista directa con posibles afectados o interesados en los sectores Los Altos de Pedro Brand, Mejoramiento Uno/Los Cocos y la margen este de la autopista Duarte, realizadas los días 18 y 20 de julio de 2020.
- Tercera, la aplicación de un cuestionario con preguntas prediseñadas, que responden a los propósitos y fines del trabajo, dicho cuestionario se encuentra anexo. La información obtenida fue procesada y sus resultados se presentan en este documento.

3.1. Selección de las comunidades

Teniendo como referencia los TdR y luego de un descenso en la zona de impactos del proyecto, los sectores Los Altos de Pedro Brand, Mejoramiento Uno/Los Cocos y la margen este de la autopista Duarte, fueron seleccionados para el levantamiento de las informaciones para el estudio, pertenecientes al Municipio Pedro Brand, Provincia Santo Domingo, dada la proximidad de estos barrios con el lugar donde se ubica el proyecto, porque directa e indirectamente, son los afectados por la instalación y operación del Proyecto Parque Caribbean Glass Industry, (Código 18029).

Para la escogencia de estos sectores se tomaron en cuenta varios factores, a saber, la dirección del viento en horas laborables, el posible ruido producido por las maquinarias y vehículos pesados que se moverán en la empresa y sus alrededores y el tráfico vehicular en horas diurnas. Para la determinación de los actores claves, se realizaron entrevistas al azar en los diferentes sectores, así como la aplicación de un cuestionario a comunitarios y actores claves, previamente identificados a través de entrevistas y del cuestionario, aplicado al azar a personas de los barrios o sectores. Tanto las entrevistas como el cuestionario sirvieron de base para la obtención de

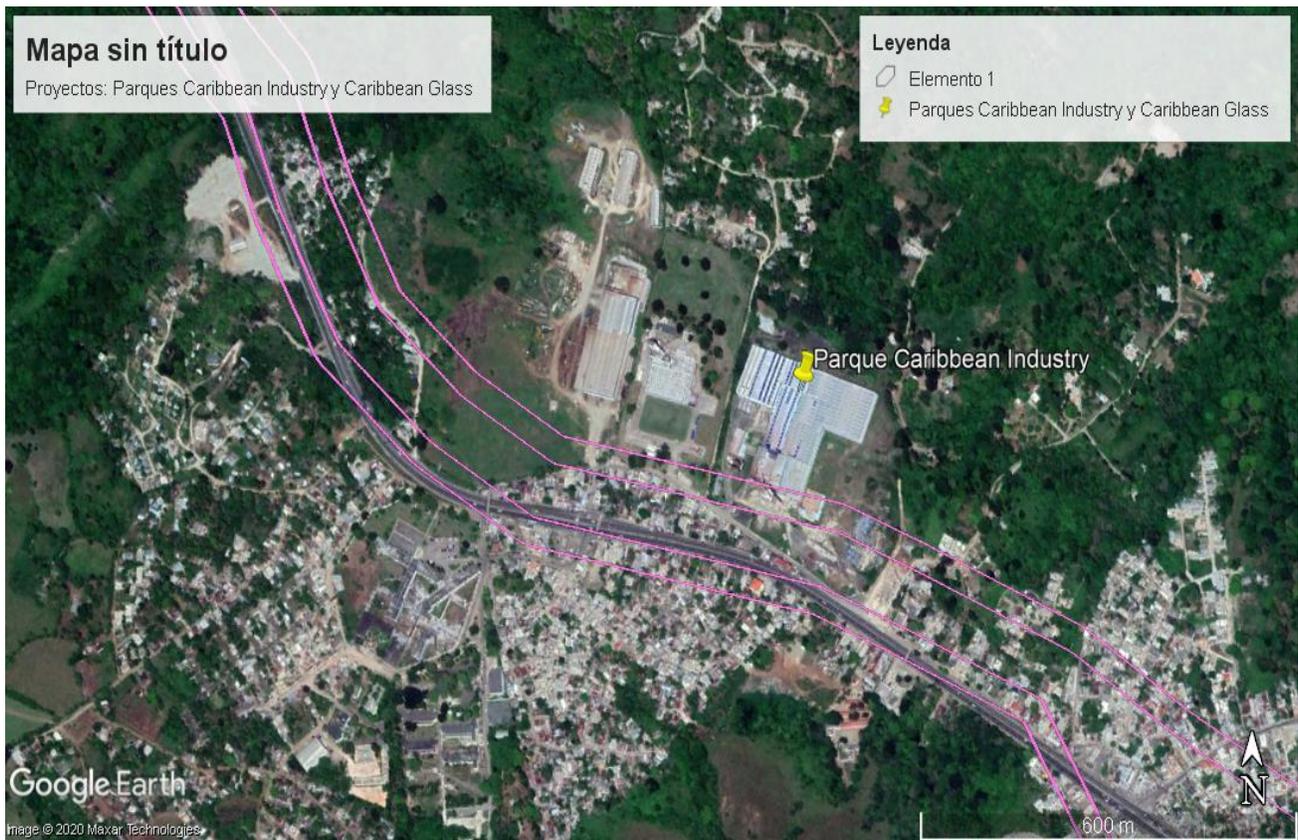
informaciones que facilitaron la caracterización de las comunidades y la identificación de los actores clave.

3.2. Descripción del proyecto

El Parque Caribbean Glass Industry, (Código 18029), estará ubicado en el km 28 de la Autopista Duarte, Municipio Pedro Brand, Provincia Santo Domingo, El proyecto consiste en la recuperación/reconstrucción de una planta de fabricación de envases de vidrio y su adecuación con nuevas tecnologías y maquinarias con el objetivo de satisfacer parte de la demanda local y regional. Ocupará una extensión superficial de 89,421.57 m² y un área de construcción de 34,000 m².

Como todo proyecto productivo, contribuirá con el incremento del tráfico de vehículos pesados, la operación de maquinarias que producirán ruidos y como es normal en iniciativas como estas, la función del viento en el desplazamiento de humo, impactos para los cuales se deberán tomar las medidas preventivas correspondientes. Creará nuevas fuentes de empleo en las comunidades del municipio de Pedro Brand, que requieren de un incremento de lugares de trabajo que aseguren el ingreso de sus residentes y como consecuencia el mejoramiento de sus condiciones de vida.

3.3. Localización del proyecto



El proyecto se ubica en la margen derecha de la autopista Duarte, dirección Santo Domingo - Santiago, a la altura del Kilómetro 28, Pedro Brand, frente al Hospital Rodolfo de la Cruz Lora, al norte le quedan las empresas PISA y la empresa cereales en general, al sur un gran negocio de vender bebidas alcohólicas, al este el barrio Altos de Pedro Brand, en crecimiento y al oeste, justo al frente le queda una pequeña franja de viviendas y algunos comercios, ubicados entre la autopista Duarte y las tres empresas, las cuales quedan una al lado de la otra. En toda la margen izquierda de la autopista Duarte queda el sector Los Cocos y dentro de este el barrio Mejoramiento Uno.

Estos sectores están ubicados después del peaje de la autopista Duarte, en el municipio Pedro Brand, zona de alta concentración urbana, que, por su localización a las puertas de entrada de la región más poblada del país, después de la provincia Santo Domingo, el Cibao, la tendencia es seguir creciendo en población e infraestructura de viviendas.

4.- DESCRIPCION DEL MEDIO SOCIOECONOMICO

4.1. Municipio de Pedro Brand



El municipio de Pedro Brand fue creado el 31 de enero del año 2005, mediante la Ley 64-05. Tiene una superficie de 221.4 Km², cuenta con dos distritos municipales, La Guáyiga y La Cuaba, con una densidad poblacional de 334 hab/km² y pertenece a la provincia Santo Domingo.

Según el Censo de Población y Vivienda del año 2010 el municipio de Pedro Brand cuenta con una población 74,016 personas, de las cuales 37,116 son de sexo masculino y 36,900 son mujeres. Pedro Brand como principal centro poblado del municipio, cuenta con una población de 40,970 habitantes, para un 55.0% de la población de todo el municipio.

4.2. Características Demográficas

4.2.1. Historia

Pedro Brand pertenece políticamente a la Provincia Santo Domingo y su origen guarda estrecha relación con nuestra formación social en el sentido de un crecimiento lineal de la ciudad capital y sus zonas periféricas. Nace a fines del siglo pasado e inicio del presente como consecuencia del proceso migratorio del campo hacia las zonas periféricas de la capital para integrarse al proceso de producción con mano de obra barata que demandaban las ciudades en desarrollo.

Los primeros pobladores se dedicaron al cultivo de la tierra, por sus condiciones adecuadas para la agricultura de subsistencia, además de la agricultura, realizaban labores de lavado de oro aluvional, que fue muy abundante en la zona, que limita por el norte con Pedro Brand.

Así como en otras cañadas como la de piedra gorda, sin fin, arroyo salado, arroyo Nina este próximo a Villa Altagracia y el río Haina, en el área de su nacimiento, que también pertenece a esta zona. Según la señora Rubesinda García (Doña Carmela), de 76 años de edad, para el año

1940 hubo personas que sacaron pepitas de oro de hasta 20 gramos. Todavía en años recientes, en la década de los 90 algunas señoras, como doña Culinga y doña Francicon, lavaban oro en el río Isabela. "Hemos escuchado que en el paraje "hato viejo" hoy día se haya oro alrededor de un arroyuelo de ese lugar".

El progreso de esta comunidad se debe principalmente a que, es atravesada por la autopista Duarte permitiendo la existencia de actividades comerciales formales e informales, y además, por la instalación de algunas instituciones y empresas, como son: el traslado de los hospitales Padre Billini y doctor Rodolfo de la Cruz Lora, así como el campamento militar 16 de agosto. También la granja reproductora, después Granja Mora, la empresa cereales en general y se espera, con ansias, la rehabilitación de lo que fue la fábrica de envases de vidrio.

Cabe señalar el auge de la educación y la formación de sus residentes, actualmente Pedro Brand dispone de profesionales en todas las áreas del saber, como son: abogados, médicos, ingenieros, contadores, economistas, psicólogos, comunicadores sociales, administradores de empresas. En el área de educación, tiene licenciados y postgraduados en las diferentes menciones y maestrías; lo que refleja un aumento en el nivel de preparación de sus residentes, junto a este progreso, ha aumentado también, el nivel de descomposición social, que se refleja en un gran número de negocios de bebidas alcohólicas y bancas de apuestas, entre otras.

Pedro Brand es, actualmente, un Municipio de la Provincia Santo Domingo. Entre los años 2001 al 2005 el congreso nacional emitió dos leyes que elevaron esta antigua sección, primero a Distrito Municipal, Ley 163-01 por la que se creó la provincia de Santo Domingo y Ley 64-05 dándole la categoría de Municipio.

4.2.2. Población por sexo, lugar de residencia y grupos de edades

La población del municipio de Pedro Brand, según el Censo de Población y Vivienda de 2010, es de 74,016 personas, de las cuales 37,116 son hombres y 36,900 son mujeres. Comparando la población registrada por los censos de 2002 y 2010 hay un aumento de la población de 13,339 personas, para un 57.0%. La población actual supone una densidad de 334 hab/km².

Cuadro 1: Población por sexo, lugar de nacimiento y grupos de edad. Año 2010

Región, provincia, municipio y distrito municipal	Población								
	Total			Urbano			Rural		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Municipio Pedro Brand	74,016	37,116	36,900	58,861	29,156	29,705	15,155	7,960	7,195
Pedro Brand	40,970	20,377	20,593	35,087	17,312	17,775	5,883	3,065	2,818
La Guáyiga (D.M.)	23,222	11,625	11,597	19,971	9,940	10,031	3,251	1,685	1,566
La Cuaba (D.M.)	9,824	5,114	4,710	3,803	1,904	1,899	6,021	3,210	2,811

Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda. ONE, 2010.

Pedro Brand, como capital cabecera del municipio tiene una población, según el censo de población y vivienda de 2010, de 40,970 habitantes, de los cuales 20,377 son hombres y 20,593 son mujeres. El 86.0% de la población de Pedro Brand, como cabecera del municipio, es urbana, ya que 35,087 personas viven en la zona urbana.

Pedro Brand concentra el 55.35% del total de la población del municipio, con una población de 40,970 personas. El 27.0% de los residentes en Pedro Brand se encuentran en el grupo de edades que va de los 35 a los 64 años. El 56.0% de las personas de Pedro Brand se ubican en los grupos de edades que van desde los 18-64 años, aptos para incorporarse a las labores productivas. 18.0% de las personas se ubican en los grupos de edades que van desde 0-17 años y el restante 4.0% tiene más de 65 años de edad.

Según los datos obtenidos de la aplicación del cuestionario, los días 28 y 29 de julio de 2020, en Pedro Brand las personas que se encuentran en el rango de edad de 0 a 17 años representan el 34.45%, mientras que, para el censo de 2010, fue de 18.0%, para una diferencia de 16.45% entre la encuesta y el censo. Para la población incluida en el rango de los 18 a 64 años, los resultados de la encuesta fueron de 89.91% y los del censo de 2010 fueron de 56.0%, para una diferencia porcentual de 33.91%.

Esto es una simple referencia, dado que una encuesta con una muestra de 27 cuestionarios, no puede equipararse con la realización de un censo de población y vivienda, aunque la metodología empleada permite obtener una aproximación de la realidad del entorno del proyecto. Dado que han transcurrido 10 años de la realización del censo, los resultados de la encuesta, deben servirnos como referente para la planificación y realización del proyecto.

5.- ESTRUCTURA DE SERVICIOS DE LA COMUNIDAD

5.1. Viviendas

El municipio de Pedro Brand, según el censo de población y vivienda 2010, registró 22,458 viviendas particulares, de las cuales 20,358 estaban ocupadas. Pedro Brand como cabecera del municipio, tenía 12,131 viviendas, para un 54.0% del total de las viviendas del municipio. La vivienda predominante es la casa independiente con un 88.44%, seguida por la pieza en cuartería o parte atrás con un 5.39%, el apartamento para ese entonces era casi imperceptible con un 2.28%, lo que demuestra que esta comunidad 10 años atrás, tenía más connotación de rural, que lo que se ha venido convirtiendo en los últimos años.

Cuadro 2: tipo de viviendas en Pedro Brand

Tipo de Vivienda	Cantidad	%
Casa independiente	10,729	88.44%
Apartamento	276	2.28%
Pieza en cuartería o parte atrás	654	5.39%
Barracón	4	0.03%
Vivienda compartida con negocio	272	2.24%
Local no construido para habitación	50	0.41%
Otra vivienda particular	144	1.19%
Otro tipo de vivienda colectiva	2	0.02%
Total	12,131	100.00%

Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda. ONE, 2010.

Referente a la tenencia de vivienda o parte que ocupa el hogar, el 55.97% tenía casa propia, ya pagada totalmente, el 2.32% dijo que la casa era propia, pero que todavía la estaba pagando, el 29.71% vivía en casa alquilada y un 11.84% estaba alojado en una casa prestada o cedida.

Los resultados obtenidos con la aplicación del cuestionario son muy parecidos a los obtenidos por el Censo 2010, para los que afirman tener casa propia, representan el 62.96%, para una diferencia de 4.67%, los que vivían en casa alquilada, para el 2010 eran el 29.71%, las respuestas obtenidas del cuestionario representan el 25.93%, para una diferencia de 3.78% y los que vivían en casa prestada o cedida, para el 2010 eran 11.84% y los encuestados ahora representa un 11.11%, muy semejantes los datos del Censo 2010 con los del cuestionario 2020.

Cuadro 3: Tenencia de la vivienda

Condición	Censo 2010		Cuestionario 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Propia	6,524	58.29	17	62.96
Alquilada	3,325	29.71	7	25.93
Cedida o prestada	1,325	11.84	3	11.11
Otro	18	0.16	0	0.0
Total	11,192	100.00	27	100.00

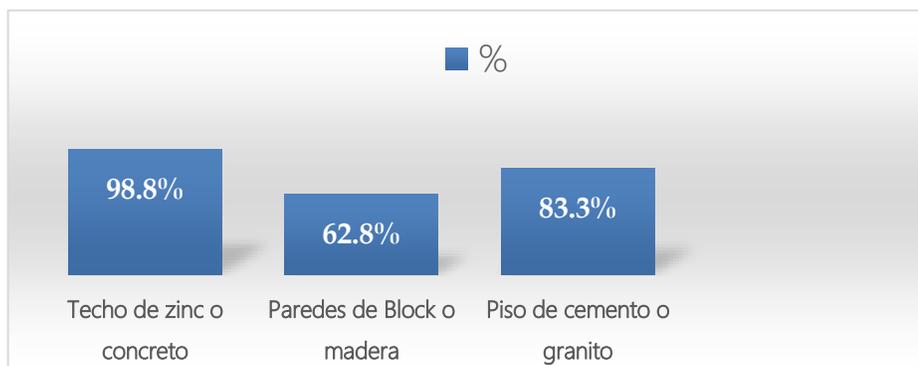
Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda. ONE, 2010, y Cuestionario 2020.

5.2. Características de las viviendas

La vivienda es uno de los elementos que permiten caracterizar las condiciones en que viven los residentes de una comunidad determinada, según los materiales de que estas están construidas, la cantidad de habitaciones que estas poseen y los servicios de que disponen. La caracterización de los hogares nos permite aproximarnos a la realidad de las condiciones de vida de sus residentes.

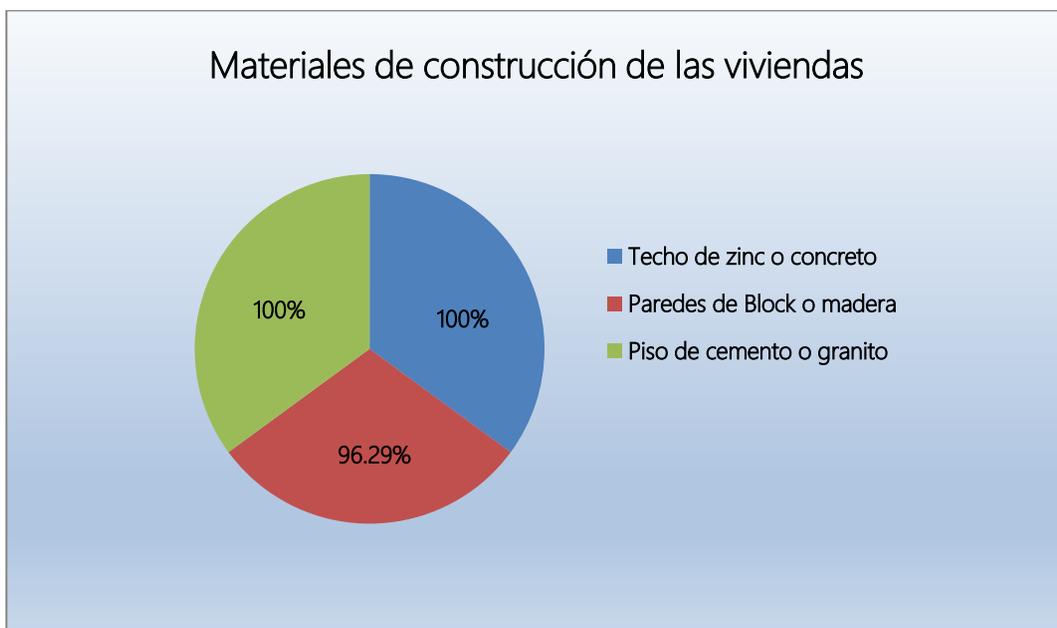
5.2.1. Materiales de construcción de las viviendas

Pedro Brand tiene 12,131 viviendas, según el censo de población y vivienda 2010, el 98.8% de ellas tienen techo de cemento o zinc, 83.26% registra piso de cemento, mosaico o granito y el 62.75% tiene paredes de block o concreto. Estos datos reflejan que la calidad de la vivienda y las condiciones de vida de sus residentes son adecuadas. El siguiente gráfico expresa los porcentajes de los materiales de construcción de las viviendas en Pedro Brand.



Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

El Pedro Brand de hoy, no puede compararse con el de hace 10 años atrás, cuando fue realizado el censo, el crecimiento de sus barrios y el mejoramiento de la infraestructura de vivienda son significativos. Sobre los materiales de construcción de las viviendas, los resultados de la aplicación del cuestionario son como sigue, el 96.29% de las viviendas tienen paredes de block/concreto, el 100% de las viviendas entrevistadas tienen piso de mosaico/granito o cemento y el 100% tienen como material principal de sus techos concreto/teja o zinc. Predominando el mosaico/granito o cemento con el 51.85% de los hogares.



Fuente: cuestionario 2020

5.2.2. Número de cuartos de las viviendas

De las viviendas que tiene Pedro Brand, 11,089 tienen cuartos, el 6.57% tiene uno (1), 22.06% tiene dos (2) cuartos, el 36.85% tiene tres (3), 22.49% tiene cuatro (4), el 9.60% tiene cinco (5), 1.70% tiene seis (6), las viviendas que tienen más de seis habitaciones no superan el 1.0%.

En el levantamiento de informaciones para este estudio las viviendas de Pedro Brand, predominantemente, tienen dos (2) y tres (3) cuartos para dormir, el 40.74% tiene dos habitaciones, el mismo porcentaje tienen las de tres (3) habitaciones para dormir. Mientras para

el censo de 2010 las casas con dos habitaciones fueron el 22.06%; según el cuestionario 2020 el 14.81% tiene una (1) habitación para dormir, el censo de 2010 arrojó un 6.57%, mostrando diferencia en los datos de ambas investigaciones.

Cuadro 4: Número de viviendas particulares ocupadas, por número de cuartos

Municipio	Número de viviendas particulares ocupadas													
	Número de cuartos, censo 2010							Número de cuartos, cuestionario 2020						
	Total	1	2	3	4	5	6 y Más	Total	1	2	3	4	5	6 y más
Pedro Brand	11,089	728	2,446	4,086	2,494	1,064	271	27	4	11	11	1	0	0
	100%	6.6%	22.1%	36.9%	22.5%	9.6%	2.5 %	100%	14.8%	40.7%	40.7%	3.7%	0.0%	0.0%

Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010 y cuestionario 2020

5.2.2.1. Tenencia de cocina dentro o fuera de la vivienda

Según el Censo de Población y Vivienda 2010, Pedro Brand registra 9,316 que disponen de cocina dentro de la vivienda, para un 84.01%, 755 para un 6.81% tiene cocina fuera de la vivienda y las restantes 1,018 viviendas, representando un 9.18% no tiene cocina.

De las 27 viviendas encuestadas para este trabajo, 25 tienen cocina dentro de la vivienda, para un 92.59%, no hubo vivienda con cocina fuera de la casa y dos (2) no tiene cocina, para un 7.41%.

Se cumplieron 10 años, del levantamiento de las informaciones para el censo del año 2010, la cantidad de viviendas con cocina, tanto dentro como fuera de la casa, fue de 90.82%, las informaciones obtenidas como resultado de la aplicación del cuestionario, fue de 92.59%, para una diferencia de 1.77% superior, expresando una ligera mejoría en la vivienda de Pedro Brand.

Las viviendas que no disponían de cocina, según el Censo de 2010 eran de 9.8% del total de las viviendas de Pedro Brand, mientras que las viviendas que no tienen cocina, según el cuestionario 2020, son un 7.41%, para una diferencia positiva de 2.4%, las viviendas sin cocina disminuyeron en más de un dos por ciento en el período analizado.

Cuadro 5: Número de viviendas particulares ocupadas, con una cocina o cuarto para cocinar

Municipio	Número de viviendas particulares ocupadas							
	Tenencia de una cocina o cuarto para cocinar, censo 2010				Tenencia de una cocina o cuarto para cocinar, cuestionario 2020			
	Total	Si dentro de la vivienda	Si fuera de la vivienda	No tiene	Total	Si dentro de la vivienda	Si fuera de la vivienda	No tiene
Pedro Brand	11,089	9,316	755	1,018	27	25	0	2
	100%	84.01%	6.81%	9.18%	100%	92.59%	0.0%	7.41%

Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

5.2.2.2. Servicios que reciben las viviendas

Según el Censo de Población y Vivienda 2010, el 98.87% de los hogares de Pedro Brand recibe energía eléctrica, por el tendido de la red pública existente. El 94.03% de los hogares se abastece de agua a través de la red pública dentro de la vivienda, fuera de la vivienda, de una llave de otra vivienda o de un tubo de la calle. El 80.68% de los hogares reciben el servicio de recolección de residuos sólidos por parte del gobierno local.

Según el cuestionario 2020, utilizado para la recolección de informaciones para este trabajo, el 100% de las viviendas encuestadas tiene energía eléctrica, suplida por la red pública. El 96.29% recibe agua dentro de la casa, suplida por la red pública existente. Sobre la recolección de desechos sólidos, el cabildo local brinda el servicio al 84.0% de los hogares, aunque con deficiencias, pero es la instancia que brinda el servicio.

Para el censo 2010, el 73.09% de las viviendas tiene inodoro donde realizar sus necesidades fisiológicas. El 88.10% de los hogares usa gas licuado de petróleo para coser sus alimentos, mientras el restante 6.88% utiliza combustibles sólidos para sus quehaceres en el hogar, quiere esto decir que se valen de la leña y el carbón para cocinar.

En la actualidad, según el cuestionario 2020, el 77.77% de las viviendas encuestadas tiene inodoro. El 100% de los hogares usa gas licuado de petróleo para cocer los alimentos, sólo el 3.7% dijo que además de utilizar gas licuado de petróleo, también suele utilizar carbón vegetal.

Sobre electrodomésticos y enceres en el hogar, la situación de las viviendas en el municipio de Pedro Brand es como sigue, el 18.51% de los hogares disponen de radio, el 100% de los hogares tienen estufa para los quehaceres del hogar, el 85.18% tiene televisor para el entretenimiento y la información cotidiana y el 88.88 de las viviendas encuestadas tiene nevera para refrigerar y guardar sus alimentos.

6. SERVICIOS CON QUE CUENTAN LOS RESIDENTES EN EL MUNICIPIO

6.1. Servicio de Educación

Según los datos del IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010, en este municipio existe una población de cinco (5) años y más de 65.788 personas, según el nivel de instrucción alcanzado o terminado, año 2010, de las cuales 32,943 son de sexo masculino y 32,845 de sexo femenino. De esta población 5,132 nunca ha asistido a la escuela, para un 7.80%, 5,562 cursan la preprimaria, significando un 8.45%. Los que cursan el nivel primario o básico son 30,445 para



un 46.27%, el nivel secundario representa el 28.36%, mientras que el nivel universitario lo cursan 5,988 estudiantes, para un porcentaje de 9.10%.

Para el período 2017-2018 los estudiantes matriculados en el municipio Pedro Brand fueron 24,549, de los cuales 21,653 pertenecían al sistema público y 2,896 en el sector privado; en el nivel inicial estaban inscritos 2,130 alumnos, para un 8.67%; en el nivel básico 11,450 estudiantes, para un 46.64%, del total de los matriculados, mientras que en el nivel medio se registran 8,089, para un 32.95% de los matriculados. Para la educación de adultos, los registrados son 2,834 estudiantes, para un 11.54%. Ver el cuadro siguiente.

Cuadro 6: Estudiantes matriculados por sector, según el nivel año 2017-2018

Nivel	Total	Sector	
		Público	Privado
Total	24,549	21,653	2,896
Inicial	2,130	1,303	833
Básica	11,450	10,015	1,475
Media	8,089	7,501	588
Educación de adultos	2,834	2,834	--

Fuente: Anuario de Estadísticas Educativas. Año Lectivo 2017-2018. Ministerio de Educación

El número de planteles escolares en el municipio es de 63, de los cuales 46 son públicos y 17 privados. La tasa de analfabetismo en la población mayor de 15 años en el municipio de Pedro Brand, es de 13.4%, mientras que la tasa de analfabetismo en la población joven entre 15 y 24 años es de 4.9%. Censo de población y vivienda de 2010.

El 100% de los encuestados, para este estudio, respondieron positivamente al preguntársele si en la comunidad había escuela, lo que pone de manifiesto el conocimiento que tienen los residentes en Pedro Brand de la existencia de los centros educativos con que cuenta su demarcación geográfica.

Sobre el conocimiento que se tiene de los niveles impartidos por las escuelas ubicadas en la cabecera del municipio, el 85.18% respondió que las mismas imparten docencia en los tres niveles, inicial, primario y secundario.

Nivel de estudio alcanzado por los encuestados en Pedro Brand, comportó de la manera siguiente, 37.03% concluyó el nivel primario, el nivel secundario fue completado por el 25.92% y un 33.33% hizo el nivel superior, el 3.70% no concluyó ninguno de los niveles de estudio, según cuestionario 2020.

6.2.1. Servicio de Salud

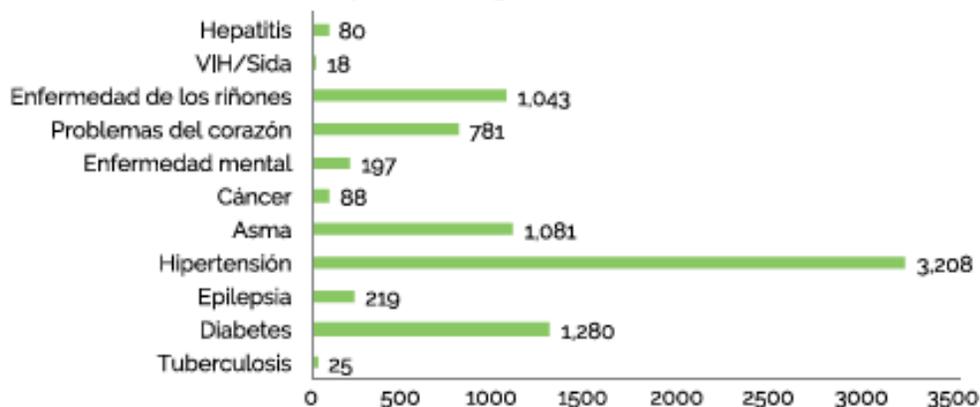
Según el Ministerio de Salud Pública, el municipio de Pedro Brand cuenta con ocho (8) centros de salud, nueve (9) centros de atención primaria y dos (2) hospitales públicos y de referencia regional y nacional, además cuenta con seis (6) centros de salud privados, para un total general de 14 centros donde los residentes son atendidos.

Pedro Brand, como cabecera del municipio, concentra los dos principales hospitales públicos, Dr. Rodolfo de la Cruz Lora y Psiquiátrico Padre Billini, los cuales brindan sus servicios con un alcance regional y nacional.

El 100% de los entrevistados conocen de la existencia de los centros de salud, a los cuales acude el 81.48% en caso de enfermedades que requieren tratamiento médico, aunque el 44.44% de las personas entrevistadas dijo haber padecido alguna afección en su salud en los últimos tres (3) meses, como gripe, respiratorias, los demás padecen de hipertensión y diabetes, para las cuales tienen tratamiento permanente.

La hipertensión, el asma y la diabetes son las tres principales enfermedades que padecen los residentes en el municipio de Pedro Brand, el 70.34% de las personas con enfermedades declaradas, es afectada por una de estas tres (3) dolencias, según Tu Municipio en cifras 2019.

Población de 16 años y más, según enfermedad declarada



Fuente: Base de datos SIUBEN ESH-2012, certificada septiembre 2018.

6.3 Seguridad Pública

La responsabilidad de la seguridad y protección de la ciudadanía en el municipio de Pedro Brand descansa en la Policía Nacional, institución que cuenta con un destacamento para brindar servicio en esa jurisdicción. Sobre la existencia del local policial, el 100% respondió afirmativamente. Al preguntársele a los entrevistados sobre la calidad del servicio, el 37.03% lo calificó como bueno, el 40.74% dijo que era regular y un 14.81% lo consideró como malo y un 7.40% dijo no saber.

6.4 Infraestructuras Recreativas

Pedro Brand carece de infraestructuras deportivas donde la juventud pueda recrearse desarrollando las disciplinas deportivas que se practican con mayor frecuencia en el país, no hay estadio de béisbol, ni canchas para el desarrollo del baloncesto y el voleibol, de manera abierta y sin restricciones. Las instalaciones para la práctica del béisbol se localizan en los terrenos del campamento de la primera brigada del ejército nacional y las canchas para la práctica de baloncesto y voleibol en los centros educativos de la comunidad.

El 42.13% de la población de Pedro Brand oscila entre los grupos de edades que van de 5-24 años, los cuales no encuentran donde desarrollar ninguna práctica deportiva, sólo aquellos que asisten a la escuela encuentran donde practicar deportes. El resto de los jóvenes de Pedro Brand, no tienen un lugar donde tirar una pelota, sea esta de béisbol, softbol, baloncesto o voleibol.

7. ASPECTOS ECONOMICOS

Cuenta con una población en edad de trabajar de 57,095 personas, de las cuales 23,270 están



ocupadas, 40.75%. La población económicamente activa del municipio es de 25,253 personas, registrando una población inactiva de 30,595 personas, para un porcentaje de 53.58%.

Cuadro 7: Estructura del mercado laboral por sexo, año 2010

Indicadores	Hombres	Mujeres	Total
Población en edad de trabajar (PET)	28,622	28,473	57,095
Población económicamente activa (PEA)	15,876	9,377	25,253
Población ocupada	14,783	8,487	23,270
Población desocupada	1,093	890	1,983
Población inactiva (PET-PEA)	12,143	18,452	30,595
Tasa global de participación	55.5	32.9	44.2
Tasa de ocupación	51.6	29.8	40.8
Tasa de desempleo	6.9	9.5	7.9

Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010, ONE

Pedro Brand ha mostrado un aumento considerable en el desarrollo económico, que se manifiesta en industrias, e innumerables pequeñas empresas, actividades comerciales, con una población de 40,970 habitantes. La principal actividad económica es la comercial, como se demuestra con la cantidad de tiendas de diferentes tipos, colmados y colmadones y demás pequeños y medianos negocios (218) identificados por el Plan de Seguridad Democrática. Según el Censo 2010, Pedro Brand cuenta con una población en edad de trabajar de 25,743 personas, para un 62.83% de la población de su población total.

7.1 Actividades productivas

Las principales actividades económicas del municipio de Pedro Brand descansan en el comercio y la industria, existen pequeños y medianos centros comerciales (supermercados, colmados, colmadones, farmacias, ferreterías, mueblerías), que dinamizan las actividades económicas de

esta comunidad. La industria se dedica a actividades tales como las construcciones metálicas, granja de pollos y huevos, cereales en general.

El crecimiento que se ha producido de las actividades económicas y el consecuente aumento de la población, han originado un dinámico servicio creciente de transporte, utilizando minibuses que van y vienen a la ciudad trasladando pasajeros y de motocicletas que desarrollan el servicio interno y entre comunidades vecinas.

El Gobierno local ha sido un gran promotor de empleo fijo en el municipio, acogiendo a hombres y mujeres como sus empleados e incorporando a trabajadores a las obras que el ayuntamiento realiza en los diferentes sectores.

El Censo de Población y Vivienda 2010, registró una condición de la actividad económica para Pedro Brand, donde los ocupados representaron el 41.34%, el quehacer doméstico representó el 15.57%, los estudiantes el 23.41%, y quienes no realizaban ninguna actividad, cesantes y buscaban empleo por primera vez fue un 7.93%.

La aplicación del cuestionario 2020, para la realización de este estudio, dio como resultados para la condición de la actividad económica para Pedro Brand, los resultados siguientes, quehaceres domésticos un 18.51% de los entrevistados, empleado privado 22.22%, empleados del gobierno central 25.92%, comerciante un 7.40%, 7.40% trabaja por cuenta propia y un 14.81% dijo estar desempleado.

7.2.1. Nivel de ingreso de los trabajadores

El salario mínimo en la República Dominicana es muy diverso, los trabajadores del sector privado no sectorizado tienen establecidas cuatro tarifas salariales mensuales, las cuales van desde RD\$10,730 hasta RD\$17,610 pesos. En el sector público el salario mínimo es de RD\$10,000 pesos mensuales.

En 2018 la República Dominicana tenía el quinto salario mínimo más bajo de América Latina, solo por detrás de Venezuela, México, Haití y Nicaragua, equivalente a US\$236, según el estudio “Mini salario mínimo”, elaborado por la Fundación Sol.

Según el cuestionario 2020 para este estudio, de 21 personas que dijeron trabajar, ocho (8) expresaron que ganaban salarios que van desde RD\$4,000 a 10,000 pesos al mes; seis (6) ganan de RD\$11,000 a 20,000 pesos mensuales, tres (3) tienen salarios desde 21,000 a 30,000 pesos, tres (3) ganan de 31,000 a 40,000 pesos y uno (1) gana más de 60,000 pesos cada mes.

Los sectores productivos que mayor aporte hacen al producto bruto interno dominicano, turismo y zona franca, tienen el salario mínimo privado más bajo, RD\$10,000 pesos mensuales es el salario mínimo de estas áreas de la producción nacional, sectores que no tienen incidencia en Pedro Brand.

7.3. Precio de la canasta básica y su accesibilidad por los trabajadores

Para adquirir los bienes y servicios del primer quintil de la canasta familiar, el más económico, los dominicanos tenían que pagar en enero del pasado año RD\$13,804.58 pesos, cifra que al pasado noviembre aumentó a RD\$14,465.46 pesos.

El Banco Central tiene establecido cinco quintiles y una canasta familiar nacional, cuyos precios, al pasado noviembre, van desde los RD\$14,465.46, hasta RD\$63,757.08 pesos, registrando aumentos durante casi todo el 2019.

La inflación es definida como el aumento de los precios durante períodos más o menos largos de los bienes y servicios (comida, transporte, bebidas no alcohólicas, entre otros), que necesita la población para su diario vivir.

Con RD\$10,000 pesos que ganan los que trabajan en el sector público, turismo y zona franca, no les alcanza para obtener la canasta básica familiar establecida para el primer quintil, que es la más baja.

7.4. En qué gastan los residentes en Pedro Brand el dinero que reciben

Los residentes de Pedro Brand que reciben ingresos lo gastan en tres renglones principales, alimentos, servicios básicos y medicinas. El 59.26% dijo gastar más de la mitad de sus ingresos en la compra de alimentos, el 22.22% gasta la mitad de sus ingresos y el 11.11% gasta menos de la mitad.

Para los que ganan salario mínimo, 48.14% de los encuestados, gastan la mitad y más de la mitad de sus ingresos en alimentos, lo que le queda no le alcanza para el pago de servicios básicos y la compra de medicamentos.

8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIÓN DE LOS COMUNITARIOS SOBRE EL PROYECTO

A los entrevistados se le preguntó si conocían de los propósitos que se tienen para la instalación del Proyecto Caribbean Glass Industry, consiste en la recuperación/reconstrucción de una planta de fabricación de envases de vidrio y su adecuación con nuevas tecnologías y maquinarias con el objetivo de satisfacer parte de la demanda local y regional. Ocupará una extensión superficial de 89,421.57 m² y un área de construcción de 34,000 m².

El 70.37% respondió positivamente, que ya habían escuchado hablar de la instalación de la empresa. El 29.63% no tenía conocimiento de que la empresa iba a ser establecida, porque nunca habían oído hablar de ese proyecto.

Sobre los beneficios que proporcionará la recuperación/reconstrucción del parque industrial, su consideración con relación si esta iniciativa beneficia o no la comunidad, la respuesta de la mayoría de los encuestados es que la misma será beneficiosa para la población y la comunidad en general, porque contribuirá con la generación de empleos y motivará a otras empresas a instalarse en la zona, lo que posibilitará la ampliación de generación de fuentes de empleos para los residentes en sus alrededores.

El 85.19% de los entrevistados contestaron positivamente y que la rehabilitación de la empresa, traería beneficios para la comunidad y sus residentes, mientras que el 14.81% contestó negativamente, porque considera que de rehabilitarse la empresa procesadora de embaces de vidrios, la contaminación que producirá afectará la salud de los residentes en el entorno y a los árboles, enfermándolos y disminuyendo su producción, así como la disminución de agua para consumo humano, dado el altísimo consumo de la empresa, como sucedió en el pasado, cuando la antigua empresa fabricaba botellas de vidrio.

La situación creada por la contaminación y la escasez de agua, provocada por el alto consumo de la empresa, originaron la realización de múltiples protestas, incluyendo la paralización del tránsito por la autopista Duarte.

9. VALORES AMBIENTALES EN EL ENTORNO DEL PROYECTO

9.1. Valor Ambiental

Este concepto es conocido como el potencial de factores bióticos y abióticos que interactúan en un ecosistema determinado y que propician una biodiversidad relevante o las condiciones para el desarrollo de la misma; así como para ayudar al abastecimiento de agua, regular el clima o proteger otros recursos naturales. Partiendo de este criterio los principales valores ambientales identificados por los cuestionados en el entorno del proyecto fueron:

9.2 La vegetación

Para los cuestionados los principales valores ambientales que tiene su comunidad son los árboles, ríos y cañadas, que se encuentran en sus alrededores y que han servido como elementos importantes para la creación de la misma comunidad que con los años se ha convertido en una pequeña ciudad.

Al este de donde se ubicará el proyecto: Caribbean Glass Industry, quedan reductos de bosques que se mantienen en buenas condiciones, a pesar del crecimiento de la población que avanza hacia esa zona, los cuales no serán afectados por las acciones del proyecto, las cuales consisten

en la recuperación/reconstrucción de una planta de fabricación de envases de vidrio y su adecuación con nuevas tecnologías y maquinarias con el objetivo de satisfacer parte de la demanda local y regional.

Estas actividades de rehabilitación y reconstrucción del parque industrial y su posterior alojamiento de varias industrias, no afectará a los árboles del entorno, además, los arboles existentes son de gran valor, pudiendo servir de cortina a posibles emisiones o escapes que pudieran producirse de manera involuntaria o accidental.

10. TENENCIA Y USO DE LA TIERRA

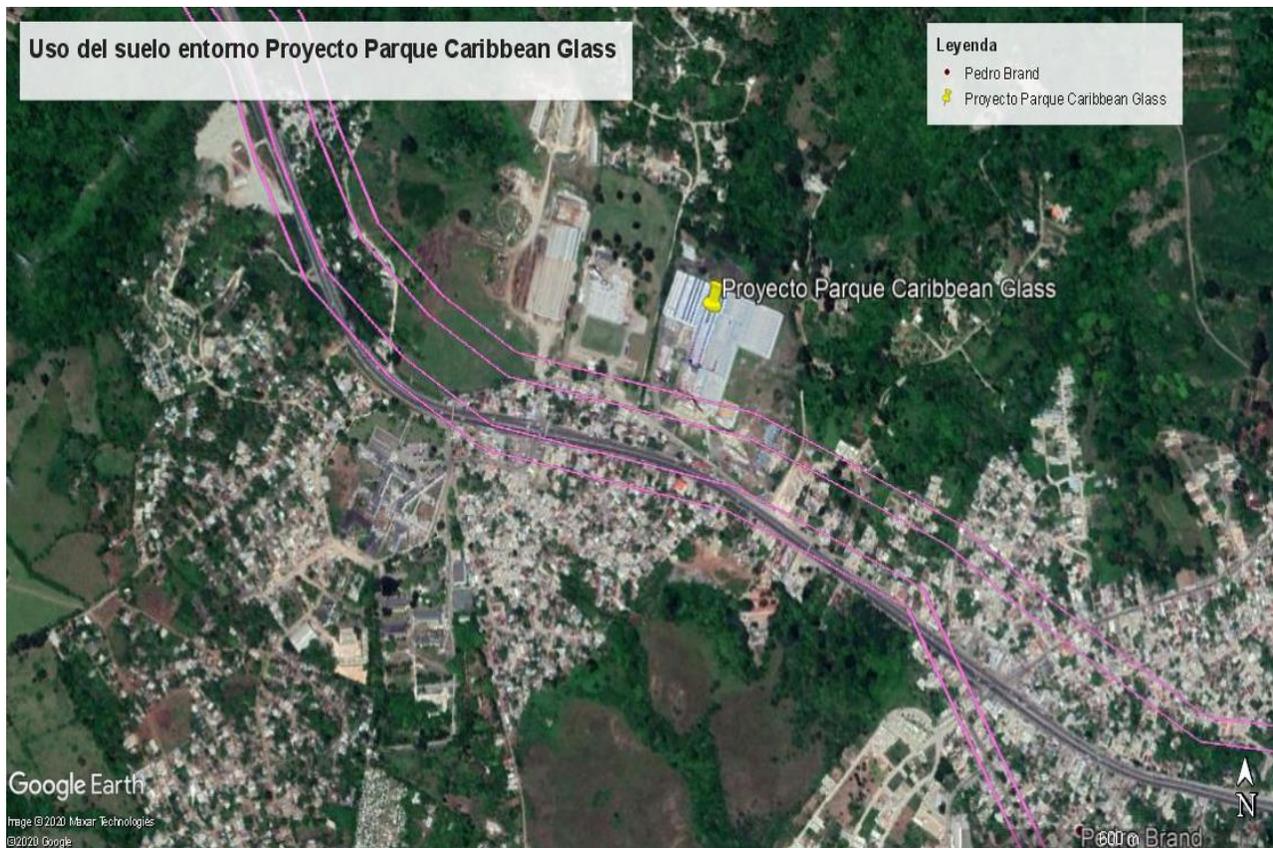
En la República Dominicana, la tierra, en su gran mayoría, se encuentra desprovista de certificados de títulos que avalen la propiedad, situación que resulta en una debilidad general en la aplicación de las leyes existentes.

La zona noroeste de la provincia de Santo Domingo no es ajena a la realidad que se presenta en el país, pudiendo tornarse la situación más compleja, por las grandes extensiones de terrenos que fueron propiedad del Consejo Estatal del Azúcar (CEA), terrenos que han sido ocupados por diferentes extractos sociales y que son usufructuados sin que las instituciones correspondientes le avalen los títulos.

El 62.96% de los encuestados manifestó vivir en casa propia, no quiere esto decir que tienen título de los terrenos donde esta está ubicada. Un 44.44% dijo tener título de propiedad de los terrenos que ocupa la casa donde vive, el 29.62% manifestó no tener título de propiedad y el 25.92% no sabe si los terrenos de la casa donde vive tienen título de propiedad.

En el entorno donde se ubicará proyecto: Caribbean Glass Industry, el suelo está siendo usado por viviendas tradicionales, comercios de diferentes tipos, como tiendas de venta de electrodomésticos, repuestos de vehículos, ferreterías, comedores de afluencia masiva, iglesias, edificios de apartamentos, centros hospitalarios y escuelas.

En la imagen siguiente puede observarse el uso de la tierra en las proximidades donde se establecerá el proyecto.



11. DETERMINACIÓN DE LOS INTERESADOS

En la aplicación del cuestionario y el desarrollo de entrevistas a residentes en la comunidad, se identificaron los diferentes interesados del entorno del proyecto, teniendo como resultado la lista que se presenta a continuación.

No.	Grupo/Institución	Interés
1	Comunitarios, Juntas de Vecinos	Bienestar de la comunidad
2	Cooperativa	Velar por el bienestar económico de sus socios
3	Padres y Amigos de la Escuela	Conocer más del proyecto e informar a alumnos y padres de estos
4	Pequeños y medianos comerciantes	Interés de incrementar sus negocios con la llegada de trabajadores a la comunidad
5	Personas desempleadas en edad de trabajar	Interesados en ingresar al mercado de trabajo que proporcionan las empresas que se instalarán
6	Iglesias católica y evangélicas	Conocer el proyecto e informar a sus feligreses
7	Autoridades municipales	Interesados en el desarrollo de su municipio, con el apoyo y la promoción para la creación de empleos
8	Autoridades de los centros de salud	Evitar que las instalaciones industriales produzcan contaminación que causen enfermedades a los residentes de Pedro Brand
9	Cuerpo de Bomberos	Evitar catástrofes por incendios y velar por el cumplimiento de la norma sobre riesgos

Proyecto Caribbean Glass Industry (Código 18029)

Actores Claves entrevistados

No.	Nombres	Actor Clave	Teléfono
1	Victoria Ledesma	Comunitaria	809-445-9206
2	Ramón Bautista Pereyra	Pdte. Junta de Vecinos	829-644-0312
3	Wilson Paniagua	Alcalde	829-754-7371
4	Samuel Black	Bomberos	809-437-2999
5	Johnny Polanco	Hospital Padre Billini (administrador)	809-835-1999
6	Marleni Ramírez	Directora del Hospital	

Matriz Resumen del Programa de Manejo y Adecuación Ambiental									
Fase de Construcción									
Componentes del Medio	Elementos del medio	Impactos identificados	Actividades a realizar para evitar, controlar y mitigar los impactos	Parámetros a monitorear	Puntos de muestreo	Frecuencias de los monitoreos	Responsables	Costos (RD\$)	Documentos generados
Socio-económico	Social	Incremento del tráfico de vehículos pesados	Colocar señalizaciones de tránsito y personal para dirigir la entrada y salida de los vehículos. Los accesos deberán estar controlados y diferenciados para vehículos y personas.	Flujo, cantidad de vehículos que entran y salen por día	Puertas de entrada y salida del proyecto	semanal	Promotores del proyecto	20,000.00 al mes	Informe con matrices diarias
		Incremento del ruido, producido por herramientas y maquinarias	Planificar el trabajo de tal forma que durante las tareas ruidosas no estén expuestas personas no relacionadas con dichas tareas. Realizar un adecuado mantenimiento de los equipos de trabajo.	Horario de trabajo en horas laborables. mantenimiento de las herramientas y equipos, según los requerimientos técnicos.	Horas laborando en el proyecto. Verificar los informes de mantenimiento	Diariamente Todas las semanas	Promotores del proyecto	RD\$ 40,000.00 al mes	Informes
	Económico	Nuevas fuentes de empleo	Mejoría en las condiciones económicas de los residentes	Cantidad de trabajadores incorporados a los trabajos	Lugar de instalación del proyecto	Todas las semanas	Promotores del proyecto	00.00	Nóminas de pago
		Incremento del comercio	Mayores oportunidades de ingresos para los comerciantes	Aumento de sus ingresos por ventas y servicios prestados	Colmados, comedores, tiendas y transporte público	Cada 15 días	Personal a contratar	RD\$ 50,000.00 mensuales	Informes técnicos
	Cultural	No se visualiza afectación al medio cultural	Con la construcción del proyecto no se prevé alteración a valores culturales.	-----	-----	-----	-----	-----	-----

- Notas:** 1. Los factores ambientales no necesariamente se limitan a dos impactos
2. Se deben presentar dos matrices: una para la etapa de construcción y otra para la fase de operación del proyecto.

Matriz Resumen del Programa de Manejo y Adecuación Ambiental									
Fase de Operación									
Componentes del Medio	Elementos del medio	Impactos identificados	Actividades a realizar para evitar, controlar y mitigar los impactos	Parámetros a monitorear	Puntos de muestreo	Frecuencias de los monitoreos	Responsables	Costos (RD\$)	Documentos generados
Socio-económico	Social	Incremento del tráfico de vehículos pesados	Colocar señalizaciones de tránsito y personal para dirigir la entrada y salida de los vehículos. Los accesos deberán estar controlados y diferenciados para vehículos y personas.	Flujo, cantidad de vehículos que entran y salen por día	Puertas de entrada y salida del proyecto	semanal	El proyecto	RD\$5,000.00	Informe con matrices diarias
		Incremento del ruido, producido por herramientas y maquinarias	Planificar el trabajo de tal forma que durante las tareas ruidosas no estén expuestas personas no relacionadas con dichas tareas. Realizar un adecuado mantenimiento de los equipos de trabajo.	mantenimiento de las herramientas y equipos, según los requerimientos técnicos. Entrada y salida de vehículos pesados en horas laborables.	informes de mantenimiento. Control de entrada y salida en las puertas del proyecto.	Cada mes Diariamente.	El proyecto	RD\$ 40,000.00	Informes
		Contaminación ambiental, por emisiones	Implementar un programa de prevención de la contaminación por emisiones.	La salud pública y el medio ambiente.	Monitoreo de salud de los vecinos. Monitoreo de salud de la vegetación de los alrededores..	Semestral	El proyecto	RD\$200,000.00	Informes
	Económico	Nuevas fuentes de empleo	Mejoría en las condiciones económicas de los residentes.	Cantidad de empleos fijos en el proyecto.	Las empresas laborando	Anual	Administración del proyecto	RD\$100,000.00	Informes
		Incremento del comercio	Mayores oportunidades de ingresos para los comerciantes.	Ampliación de las ventas en el comercio.	Una muestra de los comercios del entorno.	Anual	Administración del proyecto	RD\$100,000.00	Informes
	Cultural	No se visualiza afectación al medio cultural	Con la construcción del proyecto no se prevé alteración a valores culturales.	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Notas: 1. Los factores ambientales no necesariamente se limitan a dos impactos

2. Se deben presentar dos matrices: una para la etapa de construcción y otra para la fase de operación del proyecto.

12. BIBLIOGRAFÍA

1. Guía para la Realización de las Evaluaciones de Impacto Social Dentro del Proceso de Evaluación de Impacto Ambiental, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, julio 2004, Santo Domingo.
2. IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010, Oficina Nacional de Estadística (ONE).
3. Miguel Ángel Burgos Curiel, Pedro Brand, Reseña Histórica, septiembre, 2010.
4. Pedro Brand se apoya en el comercio y la informalidad, Periódico El Dinero, agosto de 2018.
5. Municipio: Pedro Brand, Tu Municipio en Cifras, Oficina Nacional de Estadística (ONE), octubre 2019, Santo Domingo.
6. Kvam, Reidar. Consulta Significativa con las Partes Interesadas: Series del BID sobre riesgo y oportunidad ambiental y social / Reidar Kvam. p. cm. — (Monografía del BID; 545).
7. Cuestionario aplicado, junio-julio 2020. Pedro Brand, Provincia Santo Domingo.

13.1 Anexo: cuestionario aplicado

Proyecto Parque Caribbean Glass Industry (Código 18029)
Análisis de Interesados y Situación Sociocultural Entorno Proyecto de Desarrollo
Municipio Pedro Brand, Provincia Santo Domingo

Cuestionario No. _____

- a. Lugar _____
- b. Nombre del entrevistado _____
- c. Entrevistado por _____
- d. Fecha de aplicación _____

I. CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS

1.1. Lugar de Nacimiento:

Municipio o Distrito Municipal _____ Sección _____
Paraje _____ País _____ Nacionalidad _____
Fecha de nacimiento: Año _____

1.2. Si nació en otro lugar, cuándo usted llegó a esta comunidad: a) Año ____ b) No aplica ____

1.3. De donde vino: _____

1.4. Cuántas personas viven en el hogar (total): _____

- a) Menos de 1 año ____ b) De 1 a 5 años ____ c) De 6 a 11 años ____ d) De 12 a 17 años ____
- e) De 18 a 23 años ____ f) De 24 a 60 años ____ g) Más de 61 años ____

II. DATOS SOBRE LOS SERVICIOS:

2.1 La casa donde vive es:

a) Propia ____ b) Alquilada ____ c) Prestada ____ d) Otra _____

2.2 Posee títulos de los terrenos donde se ubica la vivienda: a) Si ____ b) No ____

2.3 Material principal de las paredes de la vivienda:

a) Block/concreto ____ b) Madera/palma ____ c) Otro _____

2.4 Material principal del piso de la vivienda:

a) Mosaico/granito ____ b) Cemento ____ c) Tierra ____ d) Otro _____

2.5 Material principal del techo de la vivienda:

a) Concreto/teja ____ b) Zinc/asbesto ____ c) Cana/yagua ____ d) Otro _____

2.6 Tipo de servicio que posee la vivienda:

- a) Electricidad _____ b) Agua _____ c) Inodoro _____ d) Letrina _____ e) Radio _____
f) Estufa _____ g) Televisor _____ h) Nevera _____

2.7 El agua que consumen para los quehaceres de la casa:

- a) Le llega por tuberías _____ b) La compran a camiones _____ c) Otra _____

2.8 Qué usa usted para cocinar:

- a) Gas _____ b) Carbón _____ c) Leña _____ d) Otro _____

2.9 Cuántos cuartos o habitaciones tiene la vivienda para dormir _____

- 2.10 Tiene cocina:** a) Si _____ b) No _____

- 2.11 Tiene sala/comedor:** a) Si _____ b) No _____

- 2.12 En la comunidad hay centro de salud:** a) Si _____ b) No _____ c) No sabe _____

- 2.13 En caso de enfermedad donde se atienden:** _____

2.14 Diga cuales han sido los principales problemas de salud que le han afectado a su familia en los últimos seis meses, en orden de importancia:

1. _____ 2. _____ 3. _____

- 2.15 En la comunidad hay escuela:** a) Si _____ b) No _____ c) No sabe _____

2.16 Si hay escuela, hasta que curso llega:

- a) Cuarto (4to.) de primaria _____ b) Sexto (6to.) de Primaria _____ c) Bachillerato _____

- 2.17 A qué nivel de estudio usted llegó:** a) Primaria _____ b) Secundaria _____ c) Superior _____

2.18 Cuáles de estas infraestructuras deportivas existen en la comunidad:

- a) Play de béisbol _____ b) Cancha _____ c) Otra _____

- 2.19 Hay destacamento de la policía en la comunidad:** a) Si _____ b) No _____

2.20 Cómo califica usted el servicio que ofrece la policía en esta comunidad:

- a) Bueno _____ b) Regular _____ c) Malo _____ d) No sabe _____

III. FUENTES DE INGRESOS:

3.1 Cuáles son las principales actividades económicas de la comunidad:

1. _____ 2. _____ 3. _____

3.2 ¿Qué trabajo usted realiza?:

- a) Empleado privado _____ b) Empleado municipal _____ c) Empleado del gobierno _____
d) Comerciante _____ e) Empresario _____ f) Trabaja por cuenta propia _____ g) Ganadero _____
h) Trabajador agrícola _____ i) Productor agrícola _____ j) Otro _____

3.3 Cuánto gana usted por el trabajo que realiza;

- a) Semanal RD\$ _____ b) Quincenal RD\$ _____ c) Mensual RD\$ _____

3.4 Cuáles son los gastos principales que Ud. y familia tienen al mes (seleccione tres y póngalos en orden de importancia):

1. _____ 2. _____ 3. _____

3.5 Aproximadamente, que parte de su ingreso dedica a la partida seleccionada como gasto principal?:

- a) Menos de la mitad _____ b) La mitad _____ c) Más de la mitad _____

3.6 Conoce usted o ha oído hablar del Proyecto: a) Si _____ b) No _____

3.7 Considera Ud. que la operación del Proyecto le será beneficioso a la comunidad:

- a) Si _____ b) No _____ c) No sabe _____

Si la respuesta es positiva, cuáles son esos beneficios:

- a) _____ b) _____
c) _____

Si la respuesta es negativa, cuáles son esos perjuicios que ocasionaría:

- a) _____ b) _____
c) _____

IV. PREGUNTAS GENERALES SOBRE LA COMUNIDAD

4.1. Cuáles de los siguientes grupos existen en la comunidad:

- a) Junta de vecinos _____ b) Grupo de mujeres _____ c) Cooperativa _____
d) Grupo de jóvenes _____ e) Asociación de comerciantes _____ f) Iglesias _____
g) Asociación de productores _____ h) Otro (especifique) _____

4.2. Cuáles son los principales valores ambientales que tiene esta comunidad:

- a) La vegetación _____ b) Lagunas _____ c) Ríos _____ d) Arroyos _____
e) Cuevas o cavernas _____ f) Otros _____

Observaciones

