



norteENERGIA
USINA HIDRELÉTRICA BELO MONTE

13º RELATÓRIO CONSOLIDADO DE ANDAMENTO DO PBA E DO ATENDIMENTO
DE CONDICIONANTES

CAPÍTULO 2 – ANDAMENTO DO PROJETO BÁSICO AMBIENTAL

**Anexo 4.6.1 – 1 – Pesquisa de satisfação dos Projetos
do PBA da UHE Belo Monte**



RELATÓRIO TÉCNICO – RT

Superintendência do Meio Socioeconômico – SSE

Altamira – Pará

RESULTADOS DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO DOS PROJETOS DO PBA 2017

UHE BELO MONTE

EMPRESA
NORTE ENERGIA SA



JANEIRO/2018

QUADRO DE CONTROLE DE REVISÕES

REV.	DATA	HISTÓRICO	NOME DO TÉCNICO	FUNÇÃO	EMPRESA
00	18/12/2017	Versão Inicial	Mário Kikuchi	Coordenador de socioeconomia	WorleyParsons
01	12/01/2018	Versão 1 – revisão de dados	Mário Kikuchi	Coordenador de socioeconomia	WorleyParsons
02	16/01/2018	Versão 2 – revisão de dados	Mário Kikuchi	Coordenador de socioeconomia	WorleyParsons
03	24/01/2018	Versão 3 – revisão de dados	Mário Kikuchi	Coordenador de socioeconomia	WorleyParsons

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	3
2. METODOLOGIA	4
3. RESULTADOS.....	5
3.1 PROJETO DE APOIO À PEQUENA PRODUÇÃO E À AGRICULTURA FAMILIAR (4.2.1.)	5
3.2 PROJETO DE REPARAÇÃO RURAL (4.1.5)	11
3.3 PROGRAMA DE INTERAÇÃO SOCIAL E COMUNICAÇÃO (7.2).....	17
3.4 PROGRAMA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL DE BELO MONTE (7.3)	22
3.5 PROJETO DE ATENDIMENTO SOCIAL E PSICOLÓGICO DA POPULAÇÃO ATINGIDA (4.6.2)	27

1. APRESENTAÇÃO

O presente Relatório Técnico apresenta os resultados da 4ª campanha da Pesquisa de Satisfação realizada em 2017, ao longo da 10ª Campanha Semestral do Projeto 4.6.1 junto ao seu público alvo. Foram entrevistadas as famílias beneficiárias de seis Programas ou Projetos componentes do PBA:

1. Projeto de apoio à pequena produção e à agricultura familiar (4.2.1.);
2. Projeto de reparação rural (4.1.5);
3. Programa de interação social e comunicação (7.2);
4. Programa de educação ambiental de Belo Monte (7.3);
5. Projeto de atendimento social e psicológico da população Atingida (4.6.2);

Cada família beneficiária de seu Programa ou Projeto do PBA respondeu a um Formulário específico no qual se manifestou em relação à sua avaliação em relação às ações dos Programas/Projetos. Em alguns casos, como o Programa de Interação Social e Comunicação (7.2), as pesquisas se limitaram ao público alvo do Projeto 4.6.1 moradores na Volta Grande do Xingu, visto que as ações do Programa se voltaram àquela região. Já o Programa de Educação Ambiental (7.3) se voltou aos moradores dos RUCs que fazem parte do público do Projeto 4.6.1, uma vez que as ações do Programa 7.3 na Volta Grande se volta aos estudantes.

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada na Pesquisa de Satisfação teve como pressupostos:

- A aplicação de Formulários específicos para cada Programa ou Projeto do PBA avaliado;
- A aplicação para a totalidade do público alvo do Projeto 4.6.1 beneficiada pelo Programa ou Projeto do PBA;
- Como há casos de famílias que compõem o público alvo do Projeto 4.6.1, beneficiado ou participante de mais de um Programa ou Projeto do PBA, o entrevistado pode ter respondido a um ou mais Formulário específico;
- As entrevistas foram realizadas com um informante qualificado em cada família beneficiária do Programa ou Projeto avaliado;
- A tabulação e a análise das respostas são separadas para cada Programa ou Projeto avaliado, não se agregando as respostas.

3. RESULTADOS

A seguir se apresentam os resultados para cada Programa ou Projeto avaliado.

3.1 PROJETO DE APOIO À PEQUENA PRODUÇÃO E À AGRICULTURA FAMILIAR (4.2.1.)

O Projeto 4.2.1 (ATES) foi reestruturado em 2016 e suas ações são realizadas em conjunto com a Reparação Rural, quando as famílias são beneficiárias de ambos os projetos simultaneamente. Assim, para a avaliação dos Projetos, ambos devem continuar a ser considerados separadamente, uma vez que há ações que ainda são específicas e, assim, os resultados são diferenciados, bem como há famílias beneficiárias de apenas um dos Projetos.

O total de famílias público alvo que constam na Listagem da ATES e são monitoradas pelo Projeto 4.6.1 é de 161, sendo que, destas, 101 famílias recebem atendimento pelo Projeto 4.2.1 (62,7%) e 60 não são mais atendidas, devido ao encerramento do período de ATES pela Norte Energia (**Quadro 4.6.1-1**). Assim, 60 famílias continuam a ser atendidas apenas pelo Projeto 4.6.1, pois o escopo deste último é o monitoramento e acompanhamento social pelo período previsto no PBA.

Em relação a esse público atendido pela ATES, das 101 famílias, 87 (86,1%) afirmaram que receberam visitas técnicas em suas propriedades, 6,9% das famílias (7) declararam não ter recebido visita da ATES e outras 6,9% (7) não souberam informar (**Quadro 4.6.1-2**). Isso pode ocorrer pelo fato de que alguns entrevistados não relacionam a assistência recebida ao Projeto avaliado, por mais que o pesquisador se esforce em clarificar a questão. Ressalte-se que, para a próxima Pesquisa de Satisfação, devem ser elaboradas novas estratégias a fim de minimizar essas situações. Para tanto, haverá uma reunião de interface com a equipe de ATES a fim de trocar experiências e sugestões para o aprimoramento do processo.

Dentre as famílias beneficiárias, a maioria declarou estar “muito satisfeita” (10,3%) ou “satisfeita” (72,4%) em relação às visitas técnicas. Portanto, as avaliações positivas chegam a 83,7% das respostas. Contrariamente, os que declararam estar “pouco satisfeitos” (13,8%) e “insatisfeitos” (2,3%) não chegam a um quinto das respostas (**Quadro 4.6.1-3 e Figura 4.6.1-1**).

Quanto à avaliação das visitas técnicas de ATES, dentre as avaliações mais positivas podem ser destacadas que “os técnicos são educados/atenciosos” (100,0%), “as orientações são claras e fáceis de entender” (97,7%), “disponibilidade dos técnicos em ajudar” (96,5%), “trouxo conhecimento/qualificação” (93,0%), “trouxo resultados para a produção” (69,8%). Há ainda a seguinte avaliação em relação às demais alternativas: “gerou renda para a família” (64,0%), “resolveu a necessidade da família” e “a quantidade de visitas dos técnicos é suficiente”, ambas com 62,8%, e “rapidez na

resolução de problemas” e “as visitas são frequentes”, ambas com 58,1% (**Quadro 4.6.1-3**).

Em relação à participação dos beneficiários de ATES em cursos ou capacitações, viabilizados pelos técnicos do Projeto nos últimos 12 meses, 28,7% declararam ter participado de alguma atividade, sendo que 37,9% declararam ter participado de alguma capacitação há mais de 12 meses (**Quadros 4.6.1-4 e 4.6.1-5**).

Quadro 4.6.1 - 1 – Quantidade de Famílias público alvo da Assistência Técnica (ATES), segundo atendimento – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO PELA ATES	ABS.	%
SIM	101	62,7%
NÃO ³	60	37,3%
Total	161	100%

Fonte: Norte Energia/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias em atendimento pela ATES (beneficiárias de carta de crédito rural, reassentamento rural coletivo e reassentamento em áreas remanescentes, pescadores e ribeirão). No entanto, pescadores não foram pesquisados na sua totalidade nesta campanha e os ribeirinhos não fazem parte do público alvo do 4.6.1.

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

3. Devido ao encerramento do período de ATES pela Norte Energia.

Quadro 4.6.1 - 2 – Quantidade de Famílias em atendimento pela Assistência Técnica (ATES), segundo visitas técnicas recebidas – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO VISITADAS PELA ATES	ABS.	%
SIM	87	86,1%
NÃO	7	6,9%
S/I	7	6,9%
Total	101	100%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias em atendimento pela ATES (beneficiárias de carta de crédito rural, reassentamento rural coletivo e reassentamento em áreas remanescentes, pescadores e ribeirão). No entanto, pescadores não foram pesquisados na sua totalidade nesta campanha e os ribeirinhos não fazem parte do público alvo do 4.6.1.

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 - 3 – Avaliação das famílias beneficiárias da Assistência Técnica (ATES) em atendimento em relação às visitas técnicas recebidas – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

AVALIAÇÃO DE FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO EM RELAÇÃO ÀS VISITAS TÉCNICAS DA ATES	ABS.	%
1. Muito satisfeito	9	10,3%
2. Satisfeito	63	72,4%
3. Pouco satisfeito	12	13,8%
4. Insatisfeito	2	2,3%
5. Não sabe avaliar	1	1,1%
Total	87	100%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias em atendimento pela ATES (beneficiárias de carta de crédito rural, reassentamento rural coletivo e reassentamento em áreas remanescentes, pescadores e ribeirinho). No entanto, pescadores não foram pesquisados na sua totalidade nesta campanha e os ribeirinhos não fazem parte do público alvo do 4.6.1.

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

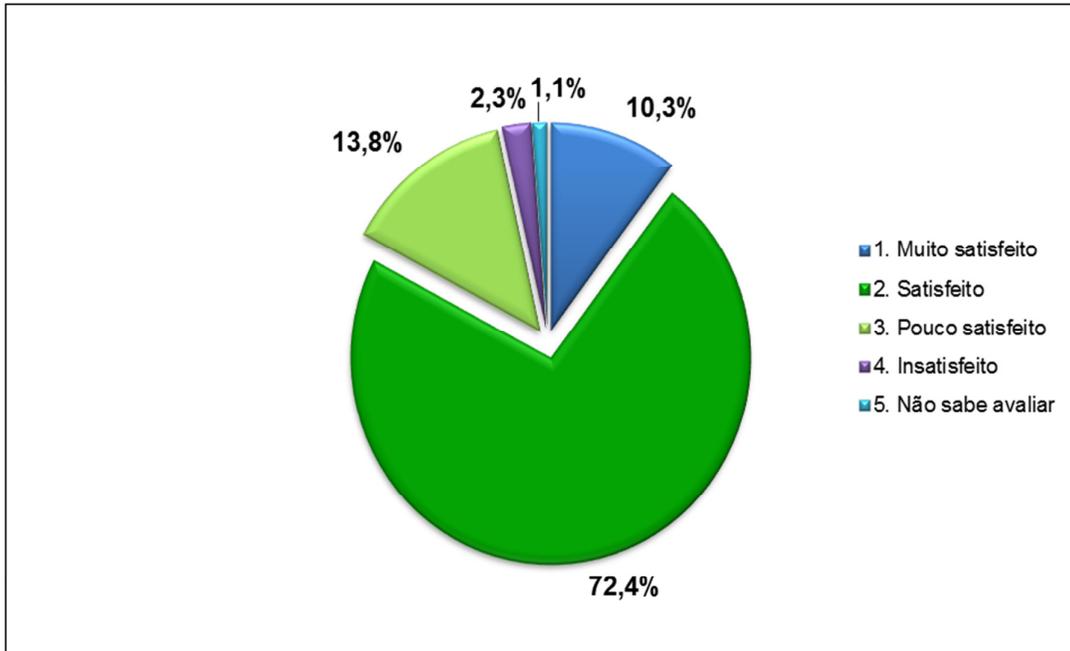


Figura 4.6.1 – 1 – Avaliação das famílias beneficiárias da Assistência Técnica (ATES) em atendimento em relação às visitas técnicas recebidas – 4ª Campanha (2º semestre de 2017) ^{1 e 2}

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias em atendimento pela ATES (beneficiárias de carta de crédito rural, reassentamento rural coletivo e reassentamento em áreas remanescentes, pescadores e ribeirinho). No entanto, pescadores não foram pesquisados na sua totalidade nesta campanha e os ribeirinhos não fazem parte do público alvo do 4.6.1.

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 - 4 – Motivos da avaliação das famílias beneficiárias da Assistência Técnica (ATES) em atendimento em relação às visitas técnicas recebidas – 4ª Campanha (2º semestre de 2017) ^{1 e 2}

MOTIVOS DA AVALIAÇÃO DE FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO EM RELAÇÃO ÀS VISITAS TÉCNICAS DA ATES	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
1. Trouxe conhecimento / qualificação	80	93,0%	6	7,0%	86	100,0%
2. Disponibilidade dos técnicos em ajudar / informar	83	96,5%	3	3,5%	86	100,0%
3. Os técnicos são educados / atenciosos	86	100,0%	0	0,0%	86	100,0%
4. As visitas são frequentes / os técnicos não demoram em	50	58,1%	36	41,9%	86	100,0%

MOTIVOS DA AVALIAÇÃO DE FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO EM RELAÇÃO ÀS VISITAS TÉCNICAS DA ATES	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
retornar						
5. O trabalho dos técnicos trouxe resultados práticos	71	82,6%	15	17,4%	86	100,0%
6. Resolveu a necessidade da família	54	62,8%	32	37,2%	86	100,0%
7. Gerou renda para a família	55	64,0%	31	36,0%	86	100,0%
8. Trouxe resultados para a produção	60	69,8%	26	30,2%	86	100,0%
9. Rapidez na solução dos problemas	50	58,1%	36	41,9%	86	100,0%
10. A quantidade de visitas dos técnicos é suficiente	54	62,8%	32	37,2%	86	100,0%
11. As orientações são suficientes	63	73,3%	23	26,7%	86	100,0%
12. As orientações são claras e fáceis de entender	84	97,7%	2	2,3%	86	100,0%
13. As capacitações duram tempo suficiente para o esclarecimento do tema	69	80,2%	17	19,8%	86	100,0%
14. Outro	0	0,0%	86	100,0%	86	100,0%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias em atendimento pela ATES (beneficiárias de carta de crédito rural, reassentamento rural coletivo e reassentamento em áreas remanescentes, pescadores e ribeirinho). No entanto, pescadores não foram pesquisados na sua totalidade nesta campanha e os ribeirinhos não fazem parte do público alvo do 4.6.1.

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 5 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Assistência Técnica (ATES) em atendimento, segundo participação em cursos/capacitações, viabilizados pelos técnicos, nos últimos 12 meses – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO QUE PARTICIPARAM DE CURSOS/CAPACITAÇÕES VIABILIZADOS PELOS TÉCNICOS DA ATES - ÚLTIMOS 12 MESES	ABS.	%
SIM	25	28,7%
NÃO	62	71,3%
Total	87	100%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias em atendimento pela ATES (beneficiárias de carta de crédito rural, reassentamento rural coletivo e reassentamento em áreas remanescentes, pescadores e ribeirinho). No entanto, pescadores não foram pesquisados na sua totalidade nesta campanha e os ribeirinhos não fazem parte do público alvo do 4.6.1.

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 - 6 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Assistência Técnica (ATES) em atendimento, segundo participação em cursos/capacitações, viabilizados pelos técnicos, há mais de 12 meses – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO QUE PARTICIPARAM DE CURSOS/CAPACITAÇÕES VIABILIZADOS PELOS TÉCNICOS DA ATES - MAIS DE 12 MESES	ABS.	%
SIM	33	37,9%
NÃO	54	62,1%
Total	87	100%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias em atendimento pela ATES (beneficiárias de carta de crédito rural, reassentamento rural coletivo e reassentamento em áreas remanescentes, pescadores e ribeirinho). No entanto, pescadores não foram pesquisados na sua totalidade nesta campanha e os ribeirinhos não fazem parte do público alvo do 4.6.1.

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

3.2 PROJETO DE REPARAÇÃO RURAL (4.1.5)

Como destacado no Projeto 4.2.1, o público alvo de Reparação Rural é o de famílias beneficiárias de um dos três projetos, a saber, de criação de galinha caipira; projeto de roças em 1 hectare; criação de peixes. Assim, mesmo que muitos também sejam beneficiários de ATES, nem todos o são em ambos os Projetos.

Assim, quanto às famílias público alvo da Reparação Rural e monitoradas pelo Projeto 4.6.1, o total é de 150, sendo que, destas, 97 famílias recebem atendimento pelo Projeto 4.2.1 (64,7%) e 53 não são mais atendidas, devido aos seguintes fatores: encerramento do período do Projeto de Reparação Rural pela Norte Energia, o beneficiário não informou e não reside mais na propriedade (**Quadro 4.6.1-7**).

Em relação ao público atendido pela Reparação Rural pesquisadas, das 97 famílias, 81 (83,5%) declararam que participam do Projeto, 13,4% das famílias (13) declararam não participar e outras 3,1% (3) não souberam informar (**Quadro 4.6.1-8**). Tal como ocorreu com o público de ATES isso pode ser resultado do fato de que alguns entrevistados não relacionam projeto desenvolvido na propriedade ao Projeto de Reparação, por mais que o pesquisador se esforce em clarificar a questão. Portanto, para a próxima Pesquisa de Satisfação, também devem ser elaboradas novas estratégias a fim de minimizar essas situações.

Dentre as 81 famílias que declararam ser beneficiárias de algum projeto de reparação rural, o maior percentual desenvolve “criação de peixe” (63,0%), seguido pela “criação de galinha caipira” (32,1%) e pela “roça consorciada” (4,9%) (**Quadros 4.6.1-9**). Quanto à satisfação com os projetos desenvolvidos, a grande maioria declarou estar “muito satisfeita” (7,4%) e “satisfeita” (71,6%), seguida por “insatisfeita” (13,6%), e por “pouco satisfeita” (6,2%) (**Quadro 4.6.1-10 e Figura 4.6.1-2**).

Dentre os principais motivos para tal avaliação, destacam-se: “os técnicos são educados/atenciosos”, com 95,0%, mas há também boa avaliação em relação às “orientações claras e fáceis de entender” (90,0%) e à “disponibilidade dos técnicos em ajudar” (87,5%). Com um percentual um pouco menor encontram-se: “trouxe conhecimento técnico” (83,8%), “as orientações são suficientes” (81,3%), “trouxe resultados” (72,5%) e “as capacitações duram tempo suficiente”, “melhorou o relacionamento com os vizinhos” e “a quantidade de visitas dos técnicos é suficiente”, as três com 71,3%. No caso de “gerar renda para a família” o percentual é de 55,0% (**Quadro 4.6.1-11**). Por fim, a maioria (56,8%) das famílias em atendimento participou de atividades comunitárias promovidas pelo Projeto (**Quadro 4.6.1-12**).

Quadro 4.6.1 - 7 – Quantidade de Famílias público alvo da Reparação Rural, segundo atendimento – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO PELA REPARAÇÃO RURAL	ABS.	%
SIM	97	64,7%
NÃO ³	53	35,3%
Total	150	100%

Fonte: Norte Energia/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Reparação Rural (beneficiárias de carta de crédito rural e de Projetos de Criação de Galinha Caipira, Sistemas Agroflorestais ou Piscicultura, com as quais o Projeto de Reparação Rural trabalha).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

3. Os motivos de encerramento são: encerramento do período do Projeto de Reparação Rural pela Norte Energia, o beneficiário não informou e não reside mais na propriedade.

Quadro 4.6.1 - 8 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Reparação Rural em atendimento, segundo declaração de participação no projeto – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO SEGUNDO DECLARAÇÃO DE PARTICIPAÇÃO DA REPARAÇÃO RURAL	ABS.	%
SIM	81	83,5%
NÃO	13	13,4%
S/I	3	3,1%
Total	97	100%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Reparação Rural (beneficiárias de carta de crédito rural e de Projetos de Criação de Galinha Caipira, Sistemas Agroflorestais ou Piscicultura, com as quais o Projeto de Reparação Rural trabalha).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 - 9 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Reparação Rural em atendimento, segundo projeto escolhido para implantar – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

PROJETOS DA REPARAÇÃO RURAL DE FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO	ABS.	%
1. Criação de galinha caipira	26	32,1%
2. Projeto de Roças em 1 hectare	4	4,9%
3. Criação de peixes (piscicultura)	51	63,0%
Total	81	100%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Reparação Rural (beneficiárias de carta de crédito rural e de Projetos de Criação de Galinha Caipira, Sistemas Agroflorestais ou Piscicultura, com as quais o Projeto de Reparação Rural trabalha).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 - 10 – Avaliação das famílias beneficiárias da Reparação Rural em atendimento em relação ao projeto implantado na propriedade – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

AVALIAÇÃO DE FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO EM RELAÇÃO AO PROJETO DE REPARAÇÃO RURAL IMPLANTADO NA PROPRIEDADE	ABS.	%
1. Muito satisfeito	6	7,4%
2. Satisfeito	58	71,6%
3. Pouco satisfeito	5	6,2%
4. Insatisfeito	11	13,6%
5. Não sabe avaliar	1	1,2%
Total	81	100%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Reparação Rural (beneficiárias de carta de crédito rural e de Projetos de Criação de Galinha Caipira, Sistemas Agroflorestais ou Piscicultura, com as quais o Projeto de Reparação Rural trabalha).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

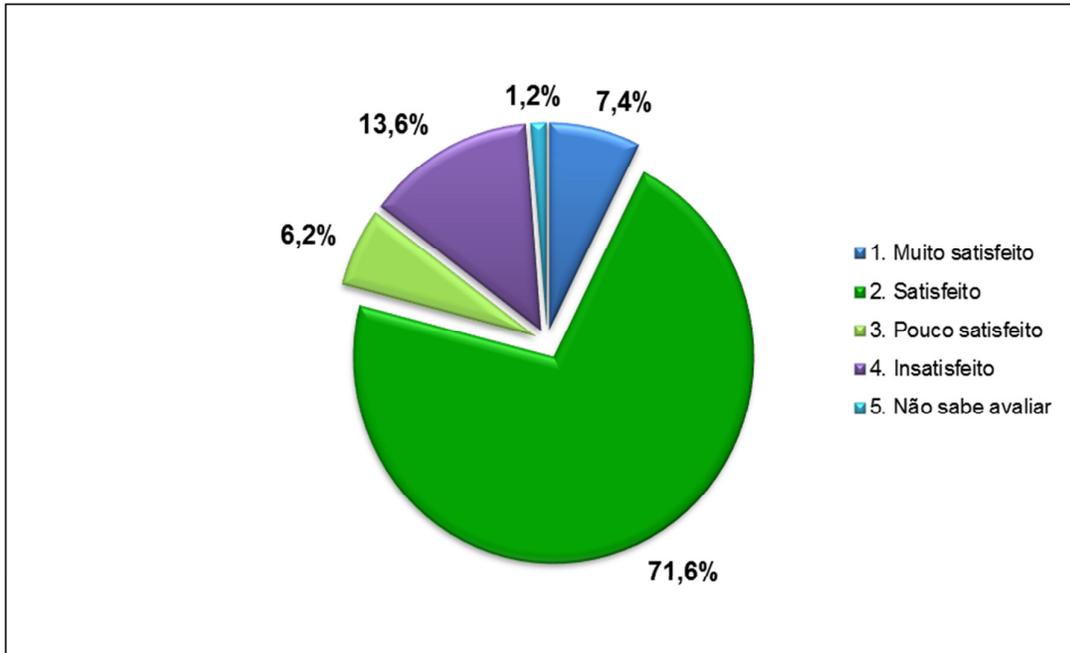


Figura 4.6.1 - 2 –Avaliação das famílias beneficiárias da Reparação Rural em atendimento em relação ao projeto implantado na propriedade – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Reparação Rural (beneficiárias de carta de crédito rural e de Projetos de Criação de Galinha Caipira, Sistemas Agroflorestais ou Piscicultura, com as quais o Projeto de Reparação Rural trabalha).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 - 11 – Motivos da avaliação das famílias beneficiárias da Reparação Rural em atendimento em relação ao projeto implantado na propriedade – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

MOTIVOS DA AVALIAÇÃO DE FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO EM RELAÇÃO AO PROJETO DE REPARAÇÃO RURAL IMPLANTADO NA PROPRIEDADE	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
1. Gerou renda para a família	44	55,0%	36	45,0%	80	100,0%
2. Disponibilidade dos técnicos em ajudar / informar	70	87,5%	10	12,5%	80	100,0%
3. Os técnicos são educados / atenciosos	76	95,0%	4	5,0%	80	100,0%

MOTIVOS DA AVALIAÇÃO DE FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO EM RELAÇÃO AO PROJETO DE REPARAÇÃO RURAL IMPLANTADO NA PROPRIEDADE	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
4. As visitas são frequentes / os técnicos não demoram em retornar	56	70,0%	24	30,0%	80	100,0%
5. Trouxe conhecimento técnico	67	83,8%	13	16,3%	80	100,0%
6. Melhorou o relacionamento com os vizinhos / comunidade	57	71,3%	23	28,8%	80	100,0%
7. Trouxe resultados	58	72,5%	22	27,5%	80	100,0%
8. Rapidez na solução dos problemas com o Projeto	49	61,3%	31	38,8%	80	100,0%
9. A quantidade de visitas dos técnicos é suficiente	57	71,3%	23	28,8%	80	100,0%
10. As orientações são suficientes	65	81,3%	15	18,8%	80	100,0%
11. As orientações são claras e fáceis de entender	72	90,0%	8	10,0%	80	100,0%
12. As capacitações duram tempo suficiente para o esclarecimento do tema	57	71,3%	23	28,8%	80	100,0%
13. Outro	0	0,0%	80	100,0%	80	100,0%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Reparação Rural (beneficiárias de carta de crédito rural e de Projetos de Criação de Galinha Caipira, Sistemas Agroflorestais ou Piscicultura, com as quais o Projeto de Reparação Rural trabalha).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

**Quadro 4.6.1 - 12 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Reparação Rural em atendimento, segundo participação em atividades comunitárias promovidas pelos técnicos que implantaram o projeto – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)¹
e 2**

FAMÍLIAS EM ATENDIMENTO QUE PARTICIPARAM DE ATIVIDADES COMUNITÁRIAS PROMOVIDAS PELOS TÉCNICOS DA REPARAÇÃO RURAL	ABS.	%
SIM	46	56,8%
NÃO	35	43,2%
Total	81	100%

Fonte: Norte Energia, WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Reparação Rural (beneficiárias de carta de crédito rural e de Projetos de Criação de Galinha Caipira, Sistemas Agroflorestais ou Piscicultura, com as quais o Projeto de Reparação Rural trabalha).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

3.3 PROGRAMA DE INTERAÇÃO SOCIAL E COMUNICAÇÃO (7.2)

Dentre as 119 famílias beneficiárias do Programa de Interação Social e Comunicação, que fazem parte do público alvo do Projeto 4.6.1, a maioria (58,8%) já participou de alguma atividade de comunicação social, desenvolvida pelo Programa 7.2 (**Quadro 4.6.1-13**). Dentre as atividades de Comunicação Social realizadas, a “reunião comunitária” foi a que teve maior participação (94,3%), seguida pelas “palestras de esclarecimento” (34,3) e com menor frequência de participação houve as “conversas ou rodas de conversa” (8,6%) (**Quadro 4.6.1-14**).

Do total que já participou de alguma atividade, 55,7% declararam estar “satisfeitos” com o Programa, havendo ainda 7,1% “muito satisfeitos”, 28,6% “pouco satisfeitos”, e apenas 4,3% “insatisfeitos” e 4,3% “não sabem avaliar” o Programa (**Quadro 4.6.1-15** e **Figura 4.6.1-3**).

Dentre as avaliações acerca do Programa de Comunicação o maior percentual positivo se refere ao fato de que “os técnicos são educados/atenciosos” e de que há “disponibilidade dos técnicos em ajudar/informar”, ambos com 97,0%. Na sequência vem “trouxer conhecimento” (92,5%), “as informações são claras e fáceis de entender” (88,1%). Dentre as respostas com menor percentual de avaliação positiva encontram-se: “quantidade de visitas suficientes” (50,7%), “trouxer resultados positivos” (46,3%), “as informações são suficientes” (43,3%) (**Quadro 4.6.1-16**).

Dentre o percentual de famílias do público alvo do Projeto 4.6.1 que declararam não ter recebido visitas dos agentes de comunicação (que pode ocorrer quando o domicílio está vazio no momento das mobilizações porta a porta), 56,5% declararam que tomaram conhecimento das atividades de comunicação porque “ouviram na rádio um comunicado”, seguido por meio de vizinhos/amigos” (52,2%). Nesse caso, tudo indica que as ações dos agentes de comunicação surtiram o efeito desejado, isto é, que o máximo de moradores tenha conhecimento de alguma atividade de comunicação social. Outros 34,8% “ouviram na rádio poste um comunicado” e 4,3% “tomaram conhecimento em uma reunião anterior” (**Quadro 4.6.1-17**).

Quadro 4.6.1 – 13 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Comunicação Social, segundo participação em alguma atividade – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS PARTICIPANTES DE ALGUMA ATIVIDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	ABS.	%
SIM	70	58,8%
NÃO	49	41,2%
Total	119	100%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Comunicação Social (moradoras da beira rio do TVR Rural, Ressaca, Ilha da Fazenda e Garimpo do Galo).
2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 14 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Comunicação Social, segundo participação nas atividades realizadas – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
1. Reunião comunitária	66	94,3%	4	5,7%	70	58
2. Palestras de esclarecimentos	24	34,3%	46	65,7%	70	14
3. Conversas / Roda de conversas	6	8,6%	64	91,4%	70	0
4. Outro	1	1,4%	69	98,6%	70	1

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Comunicação Social (moradoras da beira rio do TVR Rural, Ressaca, Ilha da Fazenda e Garimpo do Galo).
2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 15 – Avaliação das famílias beneficiárias da Comunicação Social em relação às atividades realizadas – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

AValiação em relação às atividades realizadas pela comunicação social	ABS.	%
1. Muito satisfeito	5	7,1%
2. Satisfeito	39	55,7%
3. Pouco satisfeito	20	28,6%
4. Insatisfeito	3	4,3%
5. Não sabe avaliar	3	4,3%
Total	70	100%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Comunicação Social (moradoras da beira rio do TVR Rural, Ressaca, Ilha da Fazenda e Garimpo do Galo).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

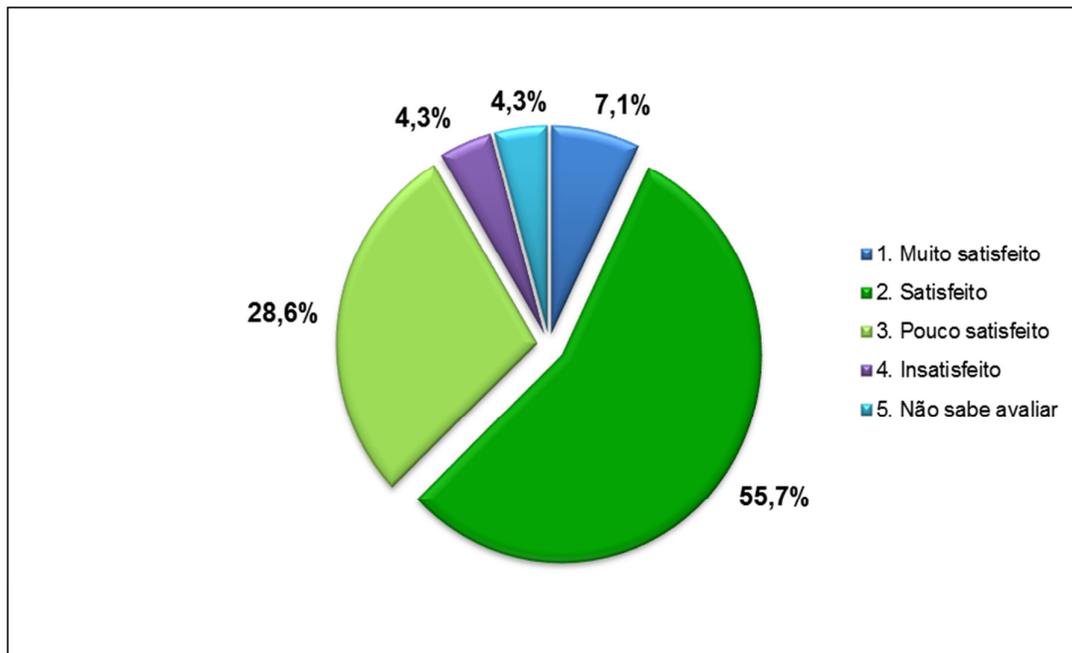


Figura 4.6.1 - 3 – Avaliação das famílias beneficiárias da Comunicação Social em relação às atividades realizadas – 4ª Campanha^{1 e 2}

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Comunicação Social (moradoras da beira rio do TVR Rural, Ressaca, Ilha da Fazenda e Garimpo do Galo).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 16 – Motivos da avaliação das famílias beneficiárias da Comunicação Social em relação às atividades realizadas – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

MOTIVOS DA AVALIAÇÃO EM RELAÇÃO ÀS ATIVIDADES REALIZADAS PELA COMUNICAÇÃO SOCIAL	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
1. Trouxe informações	62	92,5%	5	7,5%	67	100,0%
2. Disponibilidade dos técnicos em ajudar / informar	65	97,0%	2	3,0%	67	100,0%
3. Os técnicos são educados / atenciosos	65	97,0%	2	3,0%	67	100,0%
4. As informações são claras e fáceis de entender	59	88,1%	8	11,9%	67	100,0%
5. Trouxe resultados positivos	31	46,3%	36	53,7%	67	100,0%
6. As visitas dos técnicos são suficientes	34	50,7%	33	49,3%	67	100,0%
7. As informações passadas são suficientes	29	43,3%	38	56,7%	67	100,0%
8. Outro	0	0,0%	67	100,0%	67	100,0%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Comunicação Social (moradoras da beira rio do TVR Rural, Ressaca, Ilha da Fazenda e Garimpo do Galo).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 17 – Meios pelos quais as famílias beneficiárias da Comunicação Social, que não receberam visita dos técnicos, ficaram sabendo das atividades realizadas – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

MEIOS DE INFORMAÇÃO DAS ATIVIDADES PARA FAMÍLIAS QUE NÃO RECEBERAM VISITA	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
1. Ouviu na rádio um comunicado	13	56,5%	10	43,5%	23	100,0%

MEIOS DE INFORMAÇÃO DAS ATIVIDADES PARA FAMÍLIAS QUE NÃO RECEBERAM VISITA	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
2. Ouviu na rádio poste um comunicado	8	34,8%	15	65,2%	23	100,0%
3. Tomou conhecimento por um vizinho/amigo/conhecido	12	52,2%	11	47,8%	23	100,0%
4. Tomou conhecimento numa reunião anterior	1	4,3%	22	95,7%	23	100,0%
5. Outro	1	4,3%	22	95,7%	23	100,0%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Comunicação Social (moradoras da beira rio do TVR Rural, Ressaca, Ilha da Fazenda e Garimpo do Galo).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

3.4 PROGRAMA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL DE BELO MONTE (7.3)

O Programa de Educação Ambiental (7.3) foi pesquisado pelo Projeto 4.6.1 junto aos moradores dos RUCs que fazem parte de seu público alvo, visto que na Volta Grande do Xingu, o Programa 7.3 realiza suas ações junto aos alunos. Saliente-se que, nos RUCs, as ações propriamente ditas são executadas pelo Centro Regional de Educação Ambiental do Xingu (CREAX), com a coordenação técnica do Programa 7.3. Como resultado positivo, trata-se do Programa/Projeto avaliado no qual 100% das famílias entrevistadas declararam que participaram de alguma ação desenvolvida pelo Programa a partir da visita porta a porta dos agentes de educação ambiental (**Quadro 4.6.1-18**). Pelas cifras, pode-se inferir que as visitas dos agentes estimulam àqueles que desejam participar de atividades, ou seja, mesmo que a maioria não participe, isso se deve ao livre arbítrio de não desejar ou não poder participar de atividades de educação ambiental, pelas mais variadas razões pessoais. Encontram-se nessa situação a maioria das famílias entrevistadas, que declararam ainda não ter participado de atividades do Programa, mesmo tendo recebido as visitas (**Quadro 4.6.1-19**).

Dentre as famílias que participaram das ações, 72,0% declararam: “palestras de saneamento básico”, outras 41,3% de “oficinas (garrafas PET, sabão)”, e 30,7% de “visitas de mobilização ou orientação” (**Quadro 4.6.1-20**). Já em relação ao nível de satisfação em relação às ações do Programa 7.3, declararam-se “satisfeitos”, 66,7%, havendo ainda 19,0% “muito satisfeitos”. Uma minoria declarou “pouco satisfeito” (6,9%), apenas 1,1% afirmou estar “insatisfeito”, e outros 6,3% “não sabem avaliar” (**Quadro 4.6.1-21 e Figura 4.6.1-4**).

Dentre os motivos pelos quais declararam suas avaliações, não há respostas negativas, isto é, todas as alternativas superaram os 75% de avaliação positiva, sendo que a maioria se encontra bem acima de 90%. Dentre os motivos podem-se mencionar: “os técnicos são educados/atenciosos” (99,4%), “as informações são claras” (98,9%), “disponibilidade dos técnicos em ajudar/informar” (98,3%), “trouxe conhecimento” (97,7%), “as orientações são suficientes” (92,1%), “trouxe resultados positivos para a comunidade” (88,7%), e “resolveu problemas da comunidade” (76,8%) (**Quadro 4.6.1-22**).

Quadro 4.6.1 – 18 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Educação Ambiental que participaram de alguma ação no bairro, segundo visita dos agentes do CREAX/NUCLEAX – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS QUE RECEBERAM VISITA DOS AGENTES DO CREAX/NUCLEAX	PARTICIPARAM DE ALGUMA AÇÃO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL	
	ABS.	%
SIM	189	100,0%
NÃO	0	0,0%
Total	189	100%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Educação Ambiental (moradoras dos Reassentamentos Urbanos Coletivos - RUCs).
2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 19 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Educação Ambiental que não participaram de ações no bairro, segundo visita dos agentes do CREAX/NUCLEAX – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS QUE RECEBERAM VISITA DOS AGENTES DO CREAX/NUCLEAX	NÃO PARTICIPARAM DE AÇÕES DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL	
	ABS.	%
SIM	438	23,1%
NÃO	1.457	76,9%
Total	1.895	100%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Educação Ambiental (moradoras dos Reassentamentos Urbanos Coletivos - RUCs).
2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 20 – Quantidade de Famílias beneficiárias da Educação Ambiental que participaram de alguma atividade, segundo o tipo de ação realizadas no bairro – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

AÇÕES DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
1. Oficinas (garrafas pet, sabão)	78	41,3%	111	58,7%	189	100,0%
2. Palestras (saneamento básico)	136	72,0%	53	28,0%	189	100,0%
3. Visitas de mobilização e orientação	58	30,7%	131	69,3%	189	100,0%
4. Outro	8	4,2%	181	95,8%	189	100,0%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Educação Ambiental (moradoras dos Reassentamentos Urbanos Coletivos - RUCs).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 21 – Avaliação das famílias beneficiárias da Educação Ambiental que participaram de alguma atividade, em relação às ações realizadas no bairro – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

AVALIAÇÃO EM RELAÇÃO ÀS AÇÕES DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL REALIZADAS NO BAIRO	ABS.	%
1. Muito satisfeito	36	19,0%
2. Satisfeito	126	66,7%
3. Pouco satisfeito	13	6,9%
4. Insatisfeito	2	1,1%
5. Não sabe avaliar	12	6,3%
Total	189	100%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Educação Ambiental (moradoras dos Reassentamentos Urbanos Coletivos - RUCs).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

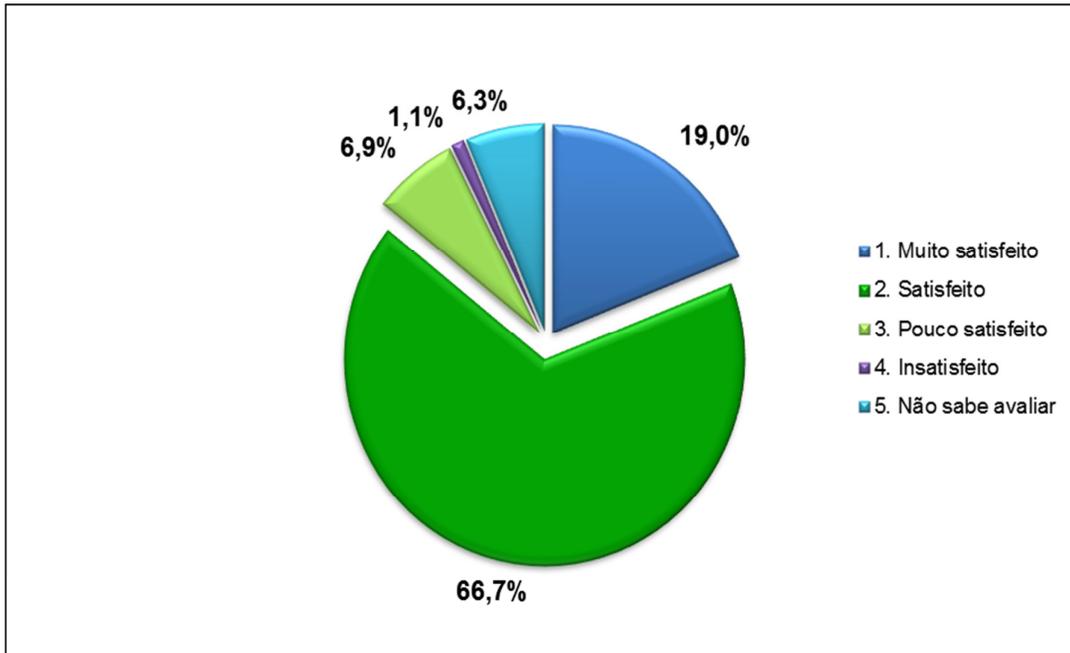


Figura 4.6.1 - 4 – Avaliação das famílias beneficiárias da Educação Ambiental que participaram de alguma atividade, em relação às ações realizadas no bairro – 4ª Campanha^{1 e 2}

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Educação Ambiental (moradoras dos Reassentamentos Urbanos Coletivos - RUCs).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17

Quadro 4.6.1 – 22 – Motivos da avaliação das famílias beneficiárias da Educação Ambiental que participaram de alguma atividade, em relação às ações realizadas no bairro – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

MOTIVOS DA AVALIAÇÃO EM RELAÇÃO ÀS AÇÕES REALIZADAS PELO PROJETO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
1. Trouxe conhecimentos	173	97,7%	4	2,3%	177	100,0%
2. Disponibilidade dos técnicos em ajudar / informar	174	98,3%	3	1,7%	177	100,0%
3. Os técnicos são educados / atenciosos	176	99,4%	1	0,6%	177	100,0%

MOTIVOS DA AVALIAÇÃO EM RELAÇÃO ÀS AÇÕES REALIZADAS PELO PROJETO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
4. As informações são claras e fáceis de entender	175	98,9%	2	1,1%	177	100,0%
5. Resolveu problemas da comunidade	136	76,8%	41	23,2%	177	100,0%
6. Trouxe resultados positivos para a comunidade	157	88,7%	20	11,3%	177	100,0%
7. As orientações são suficientes	163	92,1%	14	7,9%	177	100,0%
8. Outro	5	2,8%	172	97,2%	177	100,0%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo da Educação Ambiental (moradoras dos Reassentamentos Urbanos Coletivos - RUCs).
2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

3.5 PROJETO DE ATENDIMENTO SOCIAL E PSICOLÓGICO DA POPULAÇÃO ATINGIDA (4.6.2)

O Projeto 4.6.2 foi pesquisado junto ao público do Projeto 4.6.1 que são atendidos pelos Serviços Conveniados de Altamira e Vitória do Xingu. Nem toda família é atendida pelo Projeto 4.6.2, mas somente aquelas identificadas como em situação de vulnerabilidade ou com agravos sociais. Dessa forma, 50,5% declararam ter recebido visitas da equipe multidisciplinar dos Serviços Conveniados (**Quadro 4.6.1-23**) e, destas, 58,9% declararam estar “satisfeitos” com as atividades, outros 11,4% estão “muito satisfeitos”, havendo 9,1% “pouco satisfeitos”, 5,3% de “insatisfeitos” e 15,3% “não sabem avaliar” (**Quadro 4.6.1-24 e Figura 4.6.1-5**).

Dentre os principais motivos para a avaliação, os percentuais mais positivos se referem ao fato de que “os técnicos são educados/atenciosos” (96,2%), “as informações são claras” (93,4%), “disponibilidade dos técnicos em ajudar/informar” (91,0%), e “informações/encaminhamentos importantes” (80,6%). Dentre os motivos que apresentaram os menores percentuais estão: “rapidez na solução/encaminhamento do problema” (56,1%) e “resolveu o problema” (50,5%) (**Quadro 4.6.1-25**).

Quadro 4.6.1 – 17 – 23 – Quantidade de Famílias beneficiárias do Atendimento Social, segundo visitas recebidas da equipe para obter algum apoio assistencial – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

FAMÍLIAS VISITADAS PELO ATENDIMENTO SOCIAL	ABS.	%
SIM	341	50,5%
NÃO	334	49,5%
Total	675	100%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo do Atendimento Social (encaminhadas pelo projeto 4.6.1).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 17 – 24 – Avaliação das famílias beneficiárias do Atendimento Social em relação à assistência ou apoio dado pela assistente social/ pedagoga/ psicóloga – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

AVALIAÇÃO EM RELAÇÃO À ASSISTÊNCIA OU APOIO DO ATENDIMENTO SOCIAL	ABS.	%
1. Muito satisfeito	39	11,4%
2. Satisfeito	201	58,9%
3. Pouco satisfeito	31	9,1%
4. Insatisfeito	18	5,3%
5. Não sabe avaliar	52	15,3%
Total	341	100%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo do Atendimento Social (encaminhadas pelo projeto 4.6.1).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

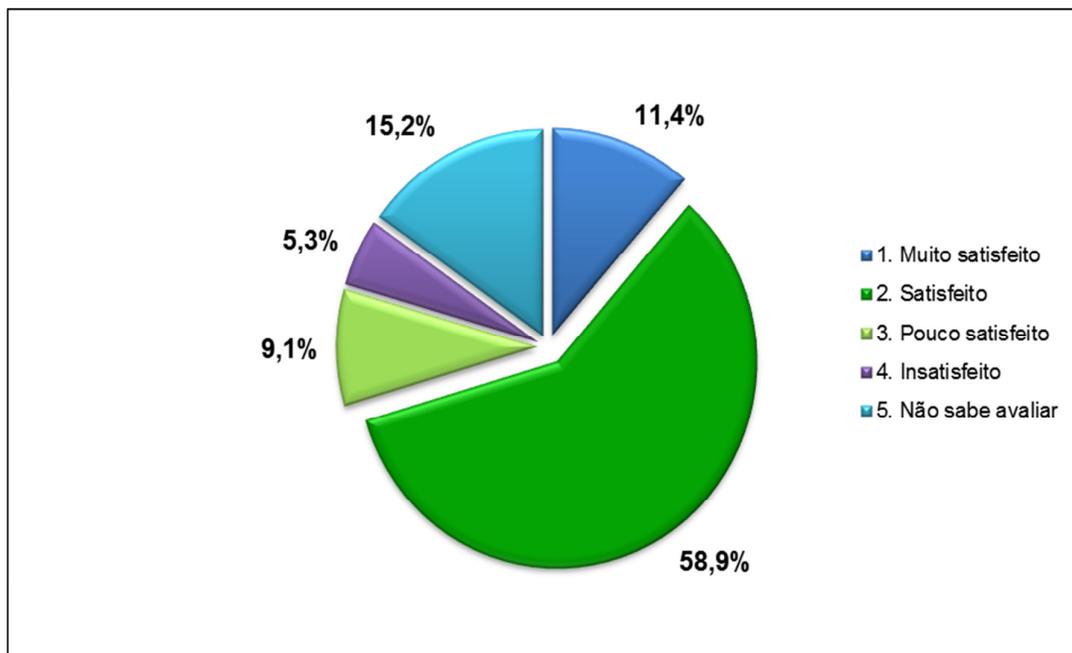


Figura 4.6.1 - 5 – Avaliação das famílias beneficiárias do Atendimento Social em relação à assistência ou apoio dado pela assistente social/ pedagoga/ psicóloga – 4ª Campanha^{1 e 2}

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo do Atendimento Social (encaminhadas pelo projeto 4.6.1).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.

Quadro 4.6.1 – 17 – 25 – Motivos da avaliação das famílias beneficiárias do Atendimento Social em relação à assistência ou apoio dado pela assistente social/ pedagoga/ psicóloga – 4ª Campanha (2º semestre de 2017)^{1 e 2}

MOTIVOS DA AVALIAÇÃO EM RELAÇÃO À ASSISTÊNCIA OU APOIO DO ATENDIMENTO SOCIAL	SIM		NÃO		TOTAL	
	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
1. Informações / encaminhamentos importantes	233	80,6%	56	19,4%	289	100,0%
2. Disponibilidade dos técnicos em ajudar / informar	263	91,0%	26	9,0%	289	100,0%
3. Os técnicos são educados / atenciosos	278	96,2%	11	3,8%	289	100,0%
4. As informações são claras e fáceis de entender	270	93,4%	19	6,6%	289	100,0%
5. Resolveu o problema	146	50,5%	143	49,5%	289	100,0%
6. Rapidez na solução / encaminhamento do problema	162	56,1%	127	43,9%	289	100,0%
7. Outro	10	3,5%	279	96,5%	289	100,0%

Fonte: WorleyParsons/2017/ Elaboração Norte Energia.

1. Famílias que são público alvo do Atendimento Social (encaminhadas pelo projeto 4.6.1).

2. Os dados da 4ª campanha estão em atualização e poderá ocorrer alteração nos valores. Base de dados de 22/12/17.