

PROJETO BÁSICO AMBIENTAL

UHE TELES PIRES

P.38 - Programa de Apoio à Revitalização e ao Incremento da Atividade do Turismo

PERFIL DO FEST PRAIA 2012

Realizado durante a 12ª Edição, em Paranaíta,
nos dias 7, 8 e 9 de setembro de 2012.

- PARANAÍTA: Rio Teles Pires

PARANAÍTA - MT
SETEMBRO DE 2012

FEST PRAIA/2012
 Município de Paranaíta
 Mato Grosso - Brasil

Solicitante



SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
 Agência de Alta Floresta/MT

Solicitada



Quintino Gestão de Projetos
 Planejamento, Pesquisa e Marketing

Equipe Técnica

Nome:
Robson Quintino de Oliveira

Função:
Diretor de Projetos

Formação: Graduado em Administração, Especialista em Adm. Pública e Gestão Urbana e Mestre em Organizações e Desenvolvimento pela FAE Centro Universitário.

Nome:
Wander Luiz Benesciuti

Função:
Estatístico Responsável

Formação: Graduado em Estatística pela UNESP - Universidade Estadual Paulista

Nome:
Anderson Flores

Função:
Coordenador de Normas e Padrão

Formação: Graduado em Letras e pós-graduado em Língua Portuguesa pela UNIFLOR - União das Faculdades de Alta Floresta

Nome:
Márcio Gomes Ferreira

Função:
| Coordenador de Campo

Marcos dos Santos

| Pesquisador

Werlen Borges

| Pesquisador

Edimar Debrowolhy

| Pesquisador

Responsável técnico sob registro nº8509A no CONRE - Conselho Regional de Estatística 3ª Região

A Quintino Gestão de Projetos – Planejamento, Pesquisa e Marketing – tem conhecimento do código de autorregulamentação da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), mas não conta com o registro na entidade, pois esta exige que, pelo menos, 50% da receita operacional bruta sejam auferidos em atividades de pesquisa. Este percentual não se aplica às empresas de pequeno e médio portes do norte e meio-norte do Estado de Mato Grosso.

SUMARIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. METODOLOGIA	7
3. OBJETIVOS	7
3.1 - Geral	7
3.2 - Específicos	7
4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	7
4.1 Perfil dos Entrevistados	8
4.2 Fest Praia 2012	8
5. CONCLUSÃO	12
LISTA DE ANEXOS	
ANEXO I	
Relatório Estatístico	14
ANEXO II	
Modelo - Formulário de Pesquisa	64

1. INTRODUÇÃO

Este relatório foi elaborado com dados e informações obtidas durante a realização da 12ª Edição do Fest Praia, nos dias 7, 8 e 9 de setembro de 2012, em Paranaíta/MT, às margens do rio Teles Pires.

De acordo com a Prefeitura de Paranaíta, mesmo antes da efetivação do Fest Praia no calendário municipal, o local onde é realizado o evento já era frequentado pelos paranaitenses e visitantes de outros municípios, para se divertirem e contemplarem as belezas naturais do lugar. Com o aumento dessa frequência, o rio Teles Pires passou a ser, de modo espontâneo, um ponto turístico. Parentes e amigos que visitam a cidade são orientados a conhecer e se divertir no local.

Com a implantação do Fest Praia, mais pessoas passaram a comparecer, atraídas também pela programação: Campeonato Estadual de Pesca e Festival de Pesca Amadora de Paranaíta, neste ano de 2012 em sua 9ª e 10ª edição, respectivamente. Associam-se, ainda, ao evento algumas práticas esportivas, música dançante, bebidas e shows artísticos, como alternativas para a permanência do público no local. Vale ressaltar que já existem, embrionariamente, tendências para o turismo de aventura, dentre outros.

O Fest Praia é considerado, atualmente, o maior evento com características de turismo do extremo norte mato-grossense, segundo a Prefeitura de Paranaíta (2012), com possibilidade de crescimento. A cada edição tem se investido mais em publicidade e sua consolidação é confirmada pelo aumento de público, o que exige da Comissão Organizadora a viabilização de uma infraestrutura cada vez melhor.



Dois são os fatores principais que têm levado a população regional a pensar melhor na alternativa econômica do turismo, considerando principalmente o turismo de natureza, sobretudo nas condições naturais que a Amazônia mato-grossense oferece: primeiro, a legislação ambiental, que determina mudanças importantes nas relações do ser humano com o meio ambiente; segundo, a evolução decorrente da quantidade de informações recebidas sobre sustentabilidade, preservação e prudência na utilização dos recursos naturais. Novas sensibilidades relacionadas às questões ambientais têm possibilitado a abertura de mentalidades, gerando uma variedade de práticas, dentre elas as atividades de lazer na natureza. Lazer, turismo e natureza já são palavras que coadunam privilegiadamente com o Fest Praia.

Esta pesquisa tem como objetivo levantar o perfil do Fest Praia 2012 de Paranaíta, avaliar a opinião do público que frequenta o evento e o que se espera da Companhia Hidrelétrica Teles Pires (CHTP) e do município, diante da possibilidade de um novo local para a realização do Fest Praia, uma vez que a empresa está desenvolvendo o Programa Básico Ambiental (P.38), em Apoio à Revitalização e ao Incremento da Atividade de Turismo.

2. METODOLOGIA

A pesquisa de campo é direcionada a conhecer a percepção do público. Neste trabalho, a técnica utilizada foi entrevistas aleatórias com pessoas que responderam questões abertas e fechadas. Foram realizadas 180 entrevistas com participantes do Fest Praia/2012 e dez com comerciantes que trabalhavam no evento.



3. OBJETIVOS

3.1 Geral

Fazer levantamento do perfil do Fest Praia/2012, de Paranaíta/MT.

3.2 Específicos

- Diagnosticar a forma com que os participantes veem o Fest Praia/2012.
- Avaliar a percepção dos comerciantes locais (barraqueiros) sobre o evento.
- Avaliar a percepção geral dos envolvidos no Fest Praia/2012 sobre o local, em caso de alagamento.

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir estão apresentados os principais resultados desta pesquisa. Os dados estatísticos completos, com quantidades e percentuais, podem ser encontrados nas tabelas e gráficos anexos.

4.1 Perfil dos entrevistados

A maioria dos entrevistados enquadra-se na faixa etária de 25 a 30 anos (26,67%), sendo que 62,78% são do sexo masculino. Quanto à escolaridade, 26,67% possuem Ensino Médio completo e 22,78% começaram, no entanto ainda não o terminaram ou desistiram. Quanto à profissão e/ou ocupação, 34,45% trabalham em empresas privadas, desenvolvendo atividades urbanas, enquanto 13,89% são estudantes.

Quanto à frequência de moradores de outros municípios, o maior volume de pessoas (37,78%) no 12º Fest Praia é de Alta Floresta; seguido de Paranaíta (37,22%) e Apiacás (7,22%). Observa-se que o evento tem força para atrair pessoas de toda a região e, até mesmo, de lugares longínquos, dependendo de sua publicidade e, conseqüentemente, estrutura e organização para receber multidões.

Notadamente, poucas foram as pessoas que procuraram hotel para se hospedar em Paranaíta. A maioria ficou em casa de parentes ou amigos; outros passaram as noites no próprio local. Os moradores de Alta Floresta foram isentos nesta questão, pois, como nos anos anteriores, a maioria pernitoou em suas próprias casas, fazendo a viagem de ida e retorno todos os dias, no caso dos que participaram de todo o período do Fest Praia.

4.2 O Fest Praia 2012

Quanto à participação dos entrevistados em outras edições do festival, 64% já participaram mais de uma vez do Fest Praia. Pode-se dizer que a grande maioria vai ao evento todos os anos, muitos desde o 1º Fest Praia.

Os que se deslocam para o Fest Praia raramente vão sozinhos, ou seja, preferem ir com grupos de amigos e, em alguns casos, organizam caravanas em torno de 40 pessoas para participar do evento – 30% dos entrevistados nesta edição foram com pessoas da própria família.

Cerca de 30% dos pesquisados consideram o evento uma festa turística, que extrapola as propriedades de festival de pesca, destacando-se como ponto forte do festival (conforme item 2.4). Por isso, querem que mais atividades aconteçam paralelamente, atendendo outros interesses e públicos na área do entretenimento, lazer, interação social e descontração.

Embora 84% dos entrevistados (conforme item 2.3) estejam satisfeitos com o evento, muitos acreditam que possa ficar ainda melhor. Ficou evidente na pesquisa que o Fest Praia cresceu e que a infraestrutura não acompanhou adequadamente, ou seja, 28% dos entrevistados já sentem incomodados com a carência de infraestrutura para a realização do festival, principalmente quando se pensa numa quantidade maior de pessoas, que é a tendência vigente (conforme item 2.3.1).

Os principais pontos fracos do festival (conforme item 2.4) são o alto custo dos produtos comercializados no evento, falta de segurança e a ocorrência de brigas, que, juntos, somam cerca de 20% da pesquisa. A necessidade de melhor organização do evento e a falta de lixeiras também foram citadas por um grupo de entrevistados.

Sobre as atividades oferecidas durante o Fest Praia 2012, mais de 60% dos entrevistados quantificaram, pelo que viram acontecer em maior volume: “banho de praia”, “pescarias/campeonatos”, “shows”, “área de campismo” e “passeio de barco/jetski” (conforme item 2.6).

Para se alimentar, somente 53,33%, pouco mais da metade dos que foram ao 12º Fest Praia, disseram ter comprado comida no local; os outros 46,67% levaram de casa, alegando que “comprar no local sai muito caro e as opções não agradam”, além de um grupo, um pouco menor, considerar que “levar de casa acaba sendo mais cômodo” (conforme item 2.7).

Dos que se alimentam com produtos disponíveis no local, a maioria consome lanches e salgados. Em menor escala, comida caseira. Já na avaliação conceitual dos alimentos comercializados, no percurso de *ótimo a bom*, obteve-se a média de 62,22%, o que não atinge um grau de satisfação ideal para um evento desse porte, e a alimentação não chega a ser atrativa para a grande maioria (conforme itens 2.7.1, 2.7.2 e 2.7.3). Das 38 pessoas que conceituaram de *regular a péssimo*, reclamaram, em maior número, da falta de higiene e da qualidade ruim (conforme item 2.8).

A maioria dos pesquisados disse não ser necessário o aumento da variedade de alimentos oferecidos no Fest Praia, contanto que tenha mais qualidade o que há disponível no momento. Sentiram falta de sucos naturais, frutas e água de coco (conforme item 2.9).

A avaliação, em se tratando da estrutura do local entre *ótima e boa*, obteve aprovação de cerca de 80%, porém, em torno de 18% disseram que falta muita

coisa e que o espaço é pequeno, principalmente o da passarela, que também é considerada perigosa (conforme item 2.10 e 2.10.1).

Pode-se afirmar que quase a totalidade dos que estiveram no 12º Fest Praia já tem conhecimento do alagamento do atual local e da construção de uma praia permanente pela CHTP. Apenas 21,67% dos pesquisados desconhecem esse fato que está por vir (conforme item 2.11).

Entende-se que é importante divulgar mais esse projeto, por ter aceitabilidade bastante positiva e ser favorável ao desenvolvimento do Fest Praia e do município.

Os frequentadores do festival, moradores de Paranaíta e de outros municípios, esperam, prioritariamente, encontrar no novo espaço mais shows e mais esportes, porém as expectativas passam por uma grande variedade de desejos (conforme item 2.13). Sobre os serviços (conforme item 2.14), além de reafirmarem o manifesto em resposta à questão anterior, foram mais elencados (pela ordem de prioridades): “Restaurante”, “Bares”, “Playground”, “Lanchonetes higiênicas”, “Locação de jetski e barcos”, “Estrutura para atividades físicas”, “Shows” e “Apresentações culturais”.

Com relação a transformar o Fest Praia num evento turístico em Paranaíta, para atrair e atender turistas/visitantes de quaisquer localidades, para a maioria dos freqüentadores, o festival já é classificado desta forma, apesar de uma parcela dos pesquisados não terem opinado nesta questão. Os que se manifestaram favoráveis, disseram que, dentre as vantagens, neste sentido, está o aumento de renda para o município e o fortalecimento do turismo. Os desfavoráveis foram em quantidade inexpressiva, mesmo porque num universo de 180, apenas nove apresentaram-se neste grupo e quatro deles não moram em Paranaíta (conforme item 2.15).

Uma revelação da pesquisa, com patamar elevado, foi o grau de desconhecimento sobre o que realmente é a CHTP/UHE Teles Pires: 38,89% afirmam não conhecer nada e 20,55% sabem pouca coisa. Dos poucos que disseram conhecer, indicaram somente aspectos superficiais a respeito. Ficou notório que, se for do interesse da empresa, é necessário que se invista na disseminação desta informação, pois o conhecimento é inexistente ou impreciso até o momento. O rádio tem sido o meio mais eficiente de divulgação em Paranaíta, seguido da TV.

Dos que disseram não ter recebido informação, justificaram que é por falta de divulgação da própria empresa e, em menor escala, tiveram aqueles que assumiram não terem se interessado em saber nada sobre a CHTP.

As sugestões que mais foram apresentadas para melhorar a divulgação tratam da utilização da internet, rádio, TV e mídias em geral, sendo que em outras cidades também será interessante a divulgação. Fica claro, neste item, que pretendem que a divulgação atinja toda a região (conforme item 3.2.3).

O desinteresse com relação a sanar dúvidas e conhecer melhor a empresa (CHTP) aparece com mais clareza no item 3.3, no qual mais de 60% diz não querer saber da empresa, mas a fatia dos interessados é bastante significativa e, em nossa análise, merece atenção.

Dos ávidos por informações, suas inquietudes e curiosidades detêm-se mais com relação aos benefícios que a CHTP/UHE Teles Pires trará ao município, os impactos na pós-construção da usina e quando ficará pronta (conforme o item 3.3.1).

Sobre a construção de estrutura em outro local, com praia artificial permanente, nenhum dos pesquisados atribuiu nota abaixo de 5,0 na pontuação de 0 a 10. Os resultados (conforme item 3.4) demonstram que, se depender do público que compareceu ao 12º Fest Praia, as obras já podem começar. Basta considerar que a nota dez foi dada por aproximadamente 44% dos entrevistados e as principais justificativas nesta avaliação foram: cumprimento de compensação, possibilidade de frequência durante todo o ano, bom lazer a ser oferecido. Houve também aqueles que se manifestaram com certa desconfiança “de que não será a mesma coisa que o natural” e que “não sabem como vai ficar” (conforme item 3.4.1).

A grande maioria 77,32% disse não ter nenhuma recomendação/reclamação e/ou solicitação ao empreendimento da UHE Teles Pires, mas muitos querem que haja mais segurança no Fest Praia e que as obras da usina, bem como sobre o alagamento do atual local do evento, tenham mais divulgação. Recomendam também mais atenção aos ribeirinhos (conforme item 3.5).

É quase unânime o interesse dos questionados (conforme item 3.6 – mais de 90%) no que tange à divulgação desta pesquisa para a população. As justificativas giram em torno de que a opinião popular precisa ser amplamente divulgada para que toda a população compartilhe o saber e que a empresa mostre transparência em seus trabalhos (conforme item 3.6.1).

5. CONCLUSÃO

O Fest Praia conquistou a população regional e sua tendência é tornar-se um evento cada vez maior e de relevância para o município de Paranaíta. Inclusive, pode-se chegar a ter uma estrutura permanente de recepção de turistas, como acontece nas pousadas na Amazônia.

Embora haja grande satisfação dos frequentadores (66,11% consideram boa e 15% ótima a infraestrutura local), ainda há muito a melhorar. Os que não estão satisfeitos contribuíram com boas sugestões para que o evento tenha mais êxito. A necessidade de melhoria apontada é a infraestrutura, principalmente no que se refere à alimentação, preço, diversidade e qualidade, sobre os principais elementos questionados.

A maior parte dos pesquisados é favorável à mudança de local, sendo que somente 8,89% consideram ruim. Isso está relacionado a atender à estrutura e infraestrutura de uma grande festa turística, com shows, praças de alimentação, atividades paralelas e segurança, de forma adequada.



ANEXO I

Relatório Estatístico

PROJETO BÁSICO AMBIENTAL

UHE TELES PIRES

P.38 - Programa de Apoio à Revitalização e ao Incremento da Atividade do Turismo

PERFIL DO FEST PRAIA 2012

RELATÓRIO ESTATÍSTICO

Realizado durante a 12ª Edição, em Paranaíta,
nos dias 7, 8 e 9 de setembro de 2012.

- PARANAÍTA: Rio Teles Pires

PARANAÍTA - MT
SETEMBRO DE 2012

FEST PRAIA/2012
Município de Paranaíta
Mato Grosso - Brasil

Solicitante



SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
 Agência de Alta Floresta/MT

Solicitada



Quintino Gestão de Projetos
 Planejamento, Pesquisa e Marketing

Equipe Técnica

Nome:

Robson Quintino de Oliveira

Função:

Diretor de Projetos

Formação:

Graduado em Administração, Especialista em Adm. Pública e Gestão Urbana e Mestre em Organizações e Desenvolvimento pela FAE Centro Universitário.

Nome:

Wander Luiz Benesciuti

Função:

Estatístico Responsável

Formação:

Graduado em Estatística pela UNESP - Universidade Estadual Paulista

Nome:

Anderson Flores

Função:

Coordenador de Normas e Padrão

Formação:

Graduado em Letras e pós-graduado em Língua Portuguesa pela UNIFLOR - União das Faculdades de Alta Floresta

Nome:

Márcio Gomes Ferreira

Função:

| Coordenador de Campo

Marcos dos Santos

| Pesquisador

Werlen Borges

| Pesquisador

Edimar Debrawolhy

| Pesquisador

Responsável técnico sob registro nº8509A no CONRE - Conselho Regional de Estatística 3ª Região

A Quintino Gestão de Projetos - Planejamento, Pesquisa e Marketing - tem conhecimento do código de autorregulamentação da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), mas não conta com o registro na entidade, pois esta exige que, pelo menos, 50% da receita operacional bruta sejam auferidos em atividades de pesquisa. Este percentual não se aplica às empresas de pequeno e médio portes do norte e meio-norte do Estado de Mato Grosso.

PARANAÍTA | MATO GROSSO –

QUANTIDADE DE PESQUISADOS = 180 (100%)

1. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

1.1 Idade

Até 18 anos = 33 (18,33%)

De 19 a 24 anos = 45 (25%)

De 25 a 30 anos = 48 (26,67%)

De 31 a 40 anos = 34 (18,89%)

De 41 a 50 anos = 12 (6,67%)

De 51 a 60 anos = 6 (3,33%)

Acima de 60 anos = 2 (1,11%)

Total = 180 (100%)

1.2 Escolaridade

Ensino Fundamental Incompleto = 22 (12,22%)

Ensino Fundamental Completo = 17 (9,44%)

Ensino Médio Incompleto = 41 (22,78%)

Ensino Médio Completo = 48 (26,67%)

Superior (3º grau) Incompleto = 22 (12,22%)

Superior (3º grau) Completo = 28 (15,56%)

Especialização/Pós-graduação = 2 (1,11%)

Total = 180 (100%)

1.3 Sexo

Masculino = 113 (62,78%)

Feminino = 67 (37,22%)

Total = 180 (100%)

1.4 Município onde reside

Alta Floresta = 68 (37,78%)

Paranaíta = 67 (37,22%)

Apiacás = 13 (7,22%)

NR = 12 (6,67%)

Sinop = 6 (3,33%)

Colíder = 3 (1,67%)

São José do Apuy = 2 (1,11%)

Campinas = 2 (1,11%)

Itaituba = 2 (1,11%)

Nova Monte Verde = 1 (0,56%)

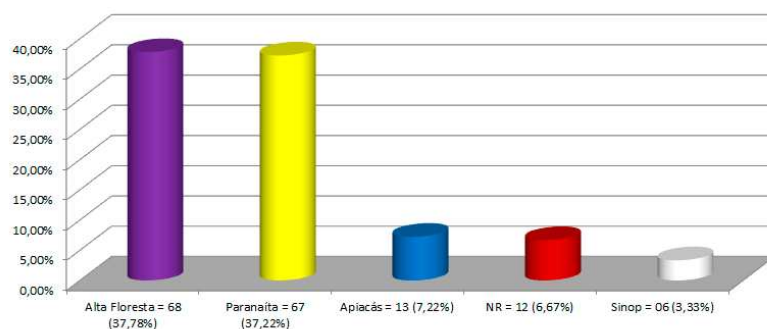
Marcelândia = 1 (0,56%)

Matupá = 1 (0,56%)

Cuiabá = 1 (0,55%)

Brasília = 1 (0,55%)

Total = 180 (100%)



1.5 De outros municípios, com exceção de moradores de Alta Floresta, onde hospedam

Em casa de parentes/amigos = 32 (38,10%)

No local (sem barraca) = 16 (19,05%)

Em Paranaíta (sem identificação de local) = 9 (10,71%)

Em hotel = 8 (9,52%)

Em barraca = 7 (8,33%)

Outros (sem identificação de locais) = 6 (7,15%)

Em beira de rio = 2 (2,38%)

Em sítio = 2 (2,38%)

Pinheiros = 2 (2,38%)

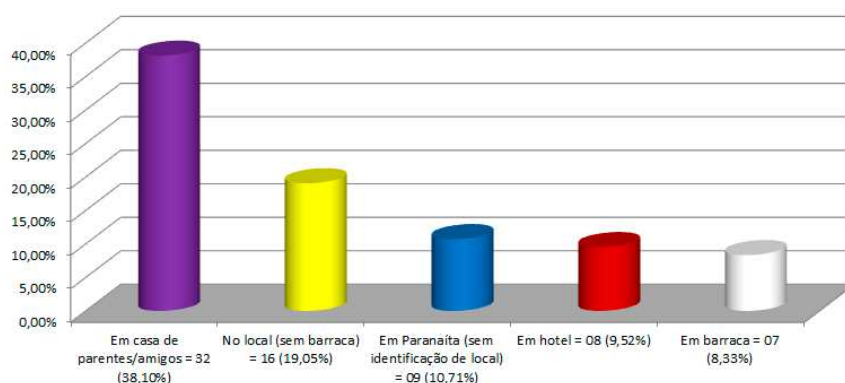
Subtotal = 84 (46,67%)

Retorna pra Alta Floresta onde mora = 1 (1,04%)

NR = 95 (98,96%)

Subtotal = 96 (53,33%)

Total deste item = 180 (100%)



1.6 Profissão/ocupação principal

Empregado(a) de empresa privada = 62 (34,45%)

Estudante = 25 (13,89%)

Autônomo(a) = 21 (11,67%)

Empresário(a) = 21 (11,67%)

Funcionário(a) Público(a) = 20 (11,11%)

Empregado(a) Doméstico(a) = 5 (2,78%)

Serviços gerais = 4 (2,22%)

Aposentado(a) = 3 (1,67%)

Militar = 3 (1,67%)

Produtor rural = 2 (1,11%)

Do lar = 2 (1,11%)

Pedreiro = 2 (1,11%)

(nenhuma) = 2 (1,11%)

Pescador = 02 (1,11%)

(outras) = 2 (1,11%)

Vigia = 1 (0,56%)

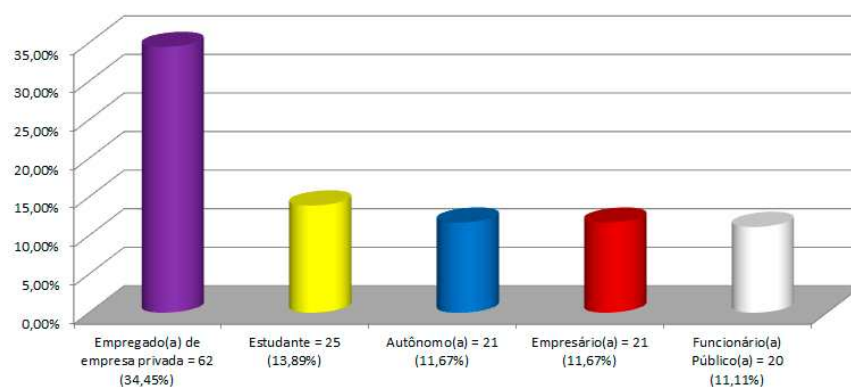
Contabilista = 1 (0,55%)

(desempregado) = 1 (0,55%)

Vive de rendas (aplicações) = 0 (0%)

NR = 1 (0,55%)

Total = 180 (100%)



2. FEST PRAIA

2.1 Frequência

Mais de uma vez = 114 (63,33%)

Primeira vez que participa = 66 (36,67%)

Total = 180 (100%)

2.1.1 Não sendo a primeira vez, tempo

12 anos = 20 (11,11%)

2 anos = 19 (10,56%)

3 anos = 17 (9,44%)

4 anos = 15 (8,33%)

6 anos = 13 (7,22%)

5 anos = 11 (9,65%)
8 anos = 4 (3,51%)
10 anos = 4 (3,51%)
(Desde o início) = 4 (3,51%)
11 anos = 3 (2,63%)
7 anos = 1 (0,88%)
(Muito tempo) = 1 (0,88%)
NR = 2 (1,75%)

Total = 114 (100%)

2.2 Foram ao Fest Praia/2012

Acompanhado(a) = 153 (85%)
Sozinho(a) = 27 (15%)

Total = 180 (100%)

2.2.1 Quantidade de pessoas que vieram com o(a) pesquisado(a)

2.2.1.1 Amigos

3 pessoas = 20 (15,88%)
2 pessoas = 16 (12,70%)
5 pessoas = 16 (12,70%)
4 pessoas = 12 (9,52%)
9 pessoas = 12 (9,52%)
8 pessoas = 11 (8,73%)
10 pessoas = 8 (6,35%)
6 pessoas = 6 (4,76%)
20 pessoas = 5 (3,97%)
18 pessoas = 4 (3,18%)
40 pessoas = 4 (3,18%)
15 pessoas = 03 (2,38%)
1 pessoa = 3 (2,38%)

7 pessoas = 2 (1,59%)
42 pessoas = 1 (0,79%)
12 pessoas = 1 (0,79%)
25 pessoas = 1 (0,79%)
11 pessoas = 1 (0,79%)

Total = 126 (70,00%)

2.2.1.2 Familiares

3 pessoas = 13 (24,07%)
5 pessoas = 9 (16,67%)
1 pessoa = 6 (11,11%)
8 pessoas = 5 (9,26%)
20 pessoas = 4 (7,41%)
4 pessoas = 4 (7,41%)
7 pessoas = 4 (7,41%)
2 pessoas = 3 (5,56%)
10 pessoas = 2 (3,70%)
9 pessoas = 2 (3,70%)
12 pessoas = 1 (1,85%)
6 pessoas = 1 (1,85%)

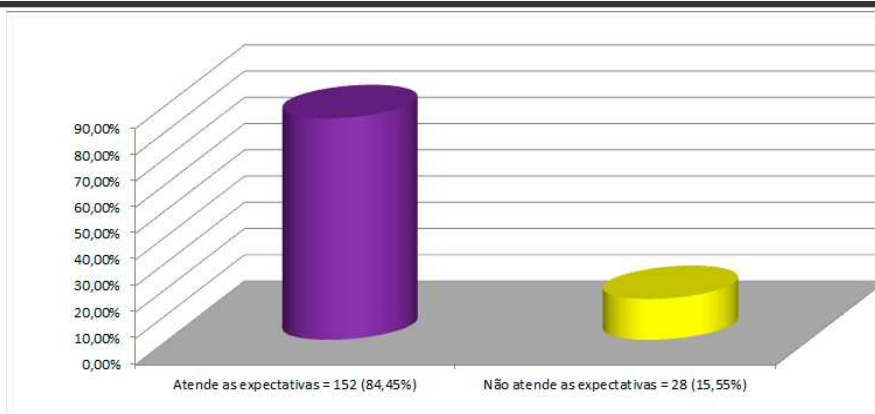
Total = 54 (30%)

Total deste item (2.2.1) = 180 (100%)

2.3 Para os pesquisados, o evento

Atende às expectativas = 152 (84,45%)
Não atende às expectativas = 28 (15,55%)

Total = 180 (100%)



2.3.1 Não atende às expectativas porque

Falta infraestrutura = 6 (21,43%)

Falta organização = 3 (10,71%)

Não tem ninguém interessante = 2 (7,15%)

Nesta edição tiveram menos visitantes que em anos anteriores = 2 (7,15%)

Bebida deveria ser liberada = 2 (7,15%)

Deveria ter mais pessoas = 1 (3,57%)

Foi inferior com relação aos anos anteriores = 1 (3,57%)

Já foi melhor = 1 (3,57%)

A entrada de carros e para os alimentos é muito rigorosa = 1 (3,57%)

Falta gerador = 1 (3,57%)

Faltam pessoas qualificadas para atividades = 1 (3,57%)

Falta muita coisa = 1 (3,57%)

Ainda não conhece (primeira vez) = 1 (3,57%)

NS = 2 (7,14%)

NR = 3 (10,71%)

Total = 28 (100%)

2.4 Pontos fortes do evento (o que mais gosta)

Turismo = 30 (16,67%)

Festa = 12 (6,67%)

Segurança = 9 (5%)

Praia/rio = 8 (4,45%)

Natureza = 6 (3,33%)
O evento em geral = 4 (2,22%)
Interação entre amigos = 4 (2,22%)
Encontro de pessoas = 4 (2,22%)
Local adequado = 3 (1,67%)
Curtição = 3 (1,67%)
Diversidade de pessoas = 3 (1,67%)
Show = 3 (1,67%)
Ambiente bom = 3 (1,67%)
Nenhum = 2 (1,11%)
Malícia = 2 (1,11%)
Lazer = 2 (1,11%)
Renda para o município = 2 (1,11%)
Pesca = 2 (1,11%)
Futebol = 2 (1,11%)
Tem pinga = 2 (1,11%)
Encontro da galera = 2 (1,11%)
Organização = 2 (1,11%)
Baile = 2 (1,11%)
Transporte e segurança = 2 (1,11%)
Diversidade para o município = 2 (1,11%)
Visibilidade = 2 (1,11%)
Mulheres = 2 (1,11%)
Turismo, empreendimento e divertimento = 2 (1,11%)
Entretenimento = 2 (1,11%)
O espaço = 2 (1,11%)
Diversão = 2 (1,11%)
Bombeiro = 2 (1,11%)
Meio ambiente = 2 (1,11%)
Conhecer pessoas = 2 (1,11%)
Estrutura/show = 2 (1,11%)
Banho = 1 (0,56%)
Ver os homens = 1 (0,56%)

Cachaça, mulher e diversão = 1 (0,56%)
Alegria do povo = 1 (0,56%)
Lazer/ambiente = 1 (0,56%)
Banho/praias = 1 (0,56%)
Show e pesca = 1 (0,56%)
Interatividade = 1 (0,56%)
Boteco = 1 (0,56%)
Passarela/segurança = 1 (0,56%)
Turismo/visitantes = 1 (0,56%)
Local, infraestrutura e organização = 1 (0,56%)
Sexo = 1 (0,56%)
Comunhão entre amigos e lazer = 1 (0,56%)
Badalação = 1 (0,56%)
Rio = 1 (0,55%)
Localização = 1 (0,55%)
Areia = 1 (0,55%)
Decoração = 1 (0,55%)
Bombeiro e polícia = 1 (0,55%)
Nada = 1 (0,55%)
Praia e organização = 1 (0,55%)
Lazer/praias = 1 (0,55%)
Integração com a natureza = 1 (0,55%)
Descontração = 1 (0,55%)
Socialização = 1 (0,55%)
Barulho de motos = 1 (0,55%)
NS = 8 (4,45%)
NR = 9 (5%)

Total = 180 (100%)

2.5 Pontos fracos (o que não gosta)

Alto custo = 17 (9,44%)

Brigas = 11 (6,11%)

Segurança = 8 (4,44%)
Nenhum = 7 (3,89%)
Mosquito = 7 (3,89%)
Nada = 6 (3,33%)
Organização = 6 (3,33%)
Falta mais lixeira = 6 (3,33%)
Melhorar o estacionamento = 4 (2,22%)
Bebida = 4 (2,22%)
Infraestrutura = 4 (2,22%)
Higiene = 3 (1,67%)
Sujeira que o povo deixa = 3 (1,67%)
Faltam banheiro e organização = 2 (1,11%)
Muito homem = 2 (1,11%)
Estrutura elétrica = 2 (1,11%)
Acesso = 2 (1,11%)
Acesso ao local/poeira = 2 (1,11%)
A distância = 2 (1,11%)
Regras rigorosas = 2 (1,11%)
Garimpo = 2 (1,11%)
Turismo = 2 (1,11%)
Falta luz = 2 (1,11%)
Bagunça = 2 (1,11%)
Saúde e higiene = 2 (1,11%)
Trabalhar = 2 (1,11%)
Falta água potável e é proibido entrada de bebidas = 1 (0,56%)
Falta de estrutura = 1 (0,56%)
Falta de divulgação = 1 (0,56%)
Música e falta de segurança = 1 (0,56%)
Muita bebida e som = 1 (0,56%)
Faltam mais banheiros = 1 (0,56%)
Som = 1 (0,56%)
Não tem muita preferência = 1 (0,56%)
Confusão = 1 (0,56%)

Alagamento da ilha = 1 (0,56%)
Deveria distribuir água mineral = 1 (0,56%)
Deixar carro muito longe da festa = 1 (0,56%)
Homens = 1 (0,56%)
Sem sexo = 1 (0,56%)
Divulgação = 1 (0,56%)
Preço da entrada = 1 (0,56%)
Passarela = 1 (0,56%)
Limpeza e segurança = 1 (0,56%)
Estacionamento longe = 1 (0,56%)
Político = 1 (0,56%)
Muita bagunça = 1 (0,55%)
Areia quente = 1 (0,55%)
Transparência = 1 (0,55%)
Entrada deveria ser gratuita = 1 (0,55%)
Transporte/ônibus = 1 (0,55%)
Falta de sombra/preço alto = 1 (0,55%)
Barulho do motor = 1 (0,55%)
Não viu = 1 (0,55%)
Muito caro e organização = 1 (0,55%)
NR = 35 (19,44%)
NS = 4 (2,22%)

Total = 180 (100%)

2.6 O Fest Praia oferece

Banho na praia = 155 (50,32%)
Pescarias/campeonatos = 47 (15,26%)
Shows = 40 (12,99%)
Área de campismo = 25 (8,12%)
Passeio de barco/jetski = 15 (4,87%)
Gastronomia = 13 (4,22%)
Outros (sem identificação) = 6 (1,95%)

Canoísmo = 2 (0,65%)

Muita coisa = 1 (0,33%)

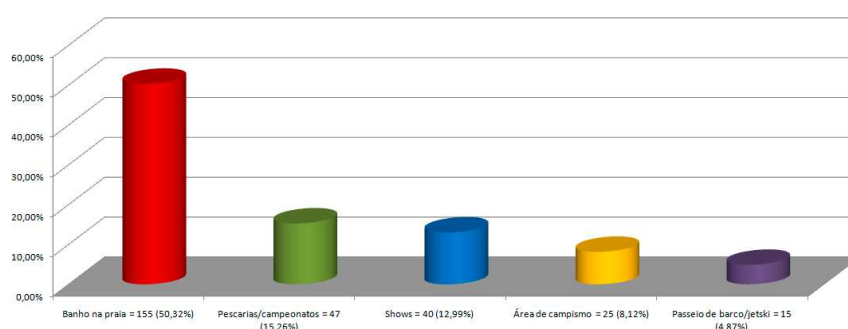
Sexo = 1 (0,33%)

Lazer = 1 (0,32%)

NS = 1 (0,32%)

NR = 1 (0,32%)

Total = 308 (100%)

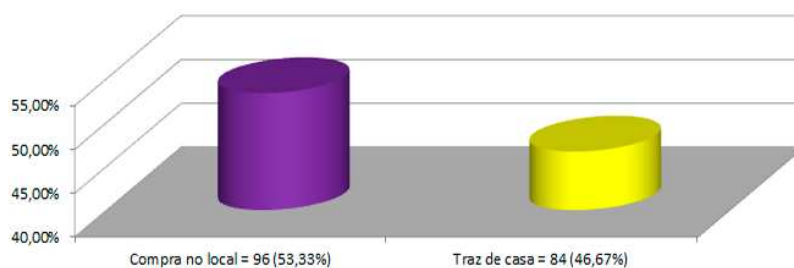


2.7 Alimentação

Compra no local = 96 (53,33%)

Traz de casa = 84 (46,67%)

Total = 180 (100%)



2.7.1 De casa porque...

No local é caro = 38 (45,24%)

Por falta de opção = 18 (21,43%)

Comodidade = 12 (14,29%)

Outros (sem justificativa) = 8 (9,52%)

Por lazer = 2 (2,38%)

Por qualidade = 2 (2,38%)

Por vários fatores = 1 (1,19%)

NR = 3 (3,57%)

Total = 84 (100%)

2.7.2 No local se compra

Lanche = 39 (40,63%)

Salgado = 22 (22,92%)

Comida caseira = 7 (7,29%)

O que tiver = 5 (5,21%)

Misto = 4 (4,17%)

Porção = 3 (3,13%)

Bebidas e salgados = 3 (3,13%)

Almoço = 2 (2,08%)

Marmita = 2 (2,08%)

Churrasco = 2 (2,08%)

Arroz = 2 (2,08%)

Peixe e salgado = 2 (2,08%)

Salgado e churrasco = 1 (1,04%)

Peixe = 1 (1,04%)

Churrasco e lanche = 1 (1,04%)

Total = 96 (100%)

2.8 Avaliação conceitual dos alimentos comercializados no local

Bom = 122 (67,78%)

Regular = 28 (15,55%)

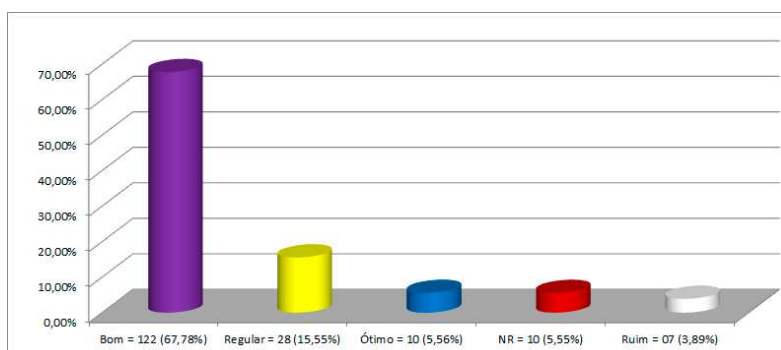
Ótimo = 10 (5,56%)

NR = 10 (5,55%)

Ruim = 7 (3,89%)

Péssimo = 3 (1,67%)

Total = 180 (100%)



2.8.1 De regular a péssimo, justificaram

Falta higiene = 8 (21,06%)

Qualidade ruim = 6 (15,79%)

Muita gordura = 4 (10,53%)

Não consumo muito fora de casa = 3 (7,90%)

Faltam mais variedades = 2 (5,26%)

Muito caro = 2 (5,26%)

Qualidade do óleo = 2 (5,26%)

É de passar mal = 1 (2,63%)

Poeira da areia = 1 (2,63%)

Muito caro e pouca higiene = 1 (2,63%)

Entulhos nas barracas e falta de higiene = 1 (2,63%)

Falta de opções = 1 (2,63%)

Qualidade e falta de opções = 1 (2,63%)

Pessoas despreparadas = 1 (2,63%)

NR = 4 (10,53)

Total = 38 (100%)

2.9 Alimento (bebida ou produto) que se quer comprar/consumir e não é oferecido

(Nenhum/nada)	= 44 (24,44%)
Suco natural	= 16 (8,89%)
Frutas	= 12 (6,67%)
Água de coco	= 10 (5,55%)
Refrigerante 2l	= 05 (2,78%)
(Tá bom)	= 5 (2,78%)
Produtos naturais	= 4 (2,22%)
Mais variedade de comidas	= 4 (2,22%)
Mais variedade de bebida (marcas)	= 3 (1,67%)
Chopp	= 3 (1,67%)
Lanche natural	= 2 (1,11%)
Comida caseira	= 2 (1,11%)
Tequila	= 2 (1,11%)
Água oxigenada	= 2 (1,11%)
Restaurante completo	= 2 (1,11%)
Produtos de laticínios	= 2 (1,11%)
logurte	= 1 (0,56%)
Arroz e feijão	= 1 (0,56%)
Cerveja sem álcool	= 1 (0,56%)
Ypióka	= 1 (0,56%)
Almoço	= 1 (0,56%)
Pudim	= 1 (0,56%)
Chocolate	= 1 (0,56%)
(tem o necessário)	= 1 (0,56%)
Produtos de laticínios e frutas	= 1 (0,55%)
Menta	= 1 (0,55%)
Costelão e chá	= 1 (0,55%)
(Falta muita coisa)	= 1 (0,55%)
NS	= 24 (13,33%)
NR	= 26 (14,44%)
Total	= 180 (100%)

2.10 Avaliação conceitual da estrutura do local

Boa = 119 (66,11%)

Regular = 29 (16,11%)

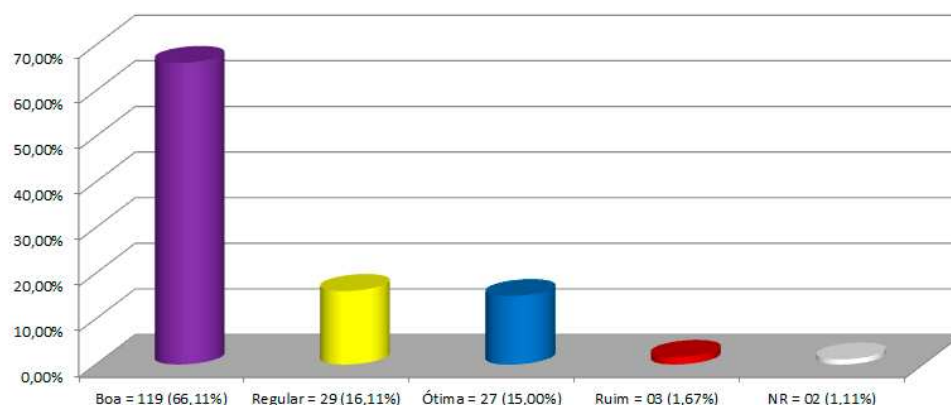
Ótima = 27 (15%)

Ruim = 3 (1,67%)

Péssima = 0 (0%)

NR = 2 (1,11%)

Total = 180 (100%)



2.10.1 De regular a péssima, justificam

Falta muita coisa ainda = 6 (18,75%)

Espaço pequeno e a passarela é perigosa = 2 (6,25%)

Espaço pequeno = 2 (6,25%)

Falta de higiene e organização = 2 (6,25%)

Faltam mais sanitários = 2 (6,25%)

(1ª vez no local) = 2 (6,25%)

Falta vigilância = 1 (3,13%)

Tem de melhorar = 1 (3,13%)

Mais organização = 1 (3,13%)

Faltam divulgação e higiene = 1 (3,13%)

Faltam espaço e área coberta = 1 (3,12%)

Faltam banheiro, energia e opção de banho = 1 (3,12%)

Ruim = 1 (3,12%)

Passarela perigosa = 1 (3,12%)

Mais segurança, bombeiros, etc. = 1 (3,12%)

NR = 7 (21,88%)

Total = 32 (100%)

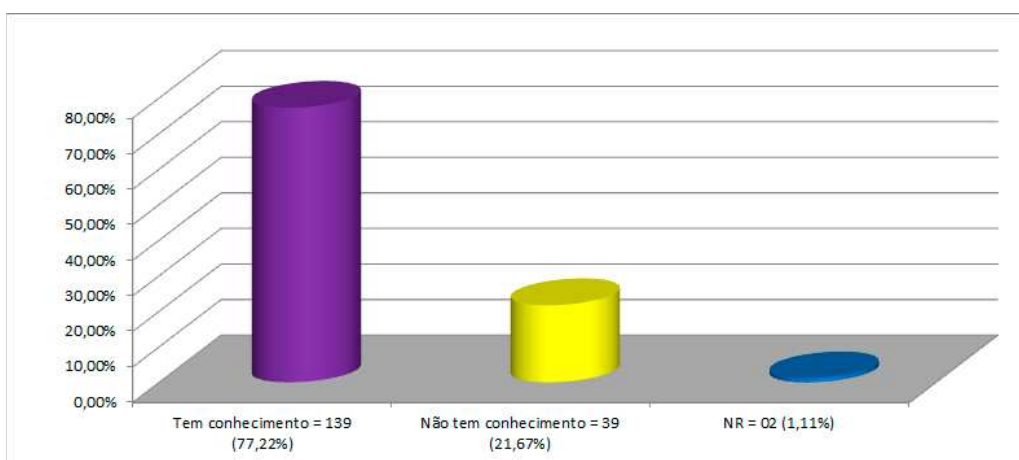
2.11 Conhecimento que, em 2015, com a formação do reservatório da Usina Hidrelétrica Teles Pires, o local será alagado e que será construída uma praia permanente com infraestrutura e serviços para atender aos visitantes

Tem conhecimento = 139 (77,22%)

Não tem conhecimento = 39 (21,67%)

NR = 2 (1,11%)

Total = 180 (100%)



2.12 Opinião sobre a transformação aludida no item anterior (2.11)

Bom = 71 (39,44%)

Ruim = 16 (8,89%)

Ótimo = 14 (7,78%)

Vai melhorar bastante = 6 (3,33%)

Bom para todos = 4 (2,22%)

Vai ficar melhor que agora = 4 (2,22%)

Será péssimo = 4 (2,22%)
Melhorará = 4 (2,22%)
Legal = 3 (1,67%)
Não vai ser a mesma coisa = 3 (1,67%)
Não é a favor = 3 (1,67%)
Progresso = 3 (1,67%)
Terá de fazer uma praia boa = 2 (1,11%)
Nada a ver com a original = 2 (1,11%)
Vai melhorar o movimento da cidade = 2 (1,11%)
Bom para a cidade = 2 (1,11%)
Não gosto da ideia = 2 (1,11%)
Muito bom para os moradores = 2 (1,11%)
Coisa programada, arquitetada = 2 (1,11%)
Não deveria ter a usina = 2 (1,11%)
Tudo para melhorar = 1 (0,56%)
Mais oportunidades = 1 (0,56%)
Bom para as famílias = 1 (0,56%)
Não vai oferecer tanta visibilidade como existe = 1 (0,56%)
Tem que ver como vai ser primeiro = 1 (0,56%)
Não vale a pena mexer = 1 (0,56%)
Vai melhorar a infraestrutura = 1 (0,56%)
Viável, do ponto de vista econômico e social = 1 (0,56%)
É justo = 1 (0,56%)
Será triste = 1 (0,56%)
Impacto ambiental grande = 1 (0,56%)
Tem de manter o padrão = 1 (0,55%)
O local está bom = 1 (0,55%)
Bom, se for por uma causa boa = 1 (0,55%)
É obrigação = 1 (0,55%)
É uma pena, pela destruição da praia natural = 1 (0,55%)
Será muito útil = 1 (0,55%)
Será uma pena, pela diversidade que vai se perder = 1 (0,55%)
É errado destruir o local = 1 (0,55%)

NS = 5 (2,78%)

NR = 5 (2,78%)

Total = 180 (100%)

2.13 Espera encontrar nessa nova praia permanente (estrutura, outros tipos de eventos, etc.)

Shows = 38 (21,11%)

Mais esportes = 7 (3,89%)

O que já tem = 6 (3,33%)

Tirolesa = 5 (2,78%)

Mais Fest Praia = 4 (2,22%)

Lazer = 4 (2,22%)

Divertimento = 3 (1,67%)

Shows de funk = 3 (1,67%)

Festival para crianças = 3 (1,67%)

(Tá bom assim) = 3 (1,67%)

Show nacional e divulgação = 3 (1,67%)

Praia de nudismo = 2 (1,11%)

Banheiros, melhor infraestrutura = 2 (1,11%)

Bailes = 2 (1,11%)

Bar, iluminação, show, estacionamento e banheiros = 2 (1,11%)

Tudo o que puder colocar = 2 (1,11%)

Organização de jovens da igreja = 2 (1,11%)

Eventos para a juventude = 2 (1,11%)

Mais banheiros, sombra e danças populares = 2 (1,11%)

Salva-vidas = 2 (1,11%)

Shows, camping = 2 (1,11%)

(nada) = 2 (1,11%)

Eventos culturais = 2 (1,11%)

Organização = 2 (1,11%)

Réveillon = 2 (1,11%)

Mais edições por ano = 2 (1,11%)

Mais natureza = 2 (1,11%)
Shows, esportes = 2 (1,11%)
(todos) = 2 (1,11%)
Sombra, árvores e conforto = 2 (1,11%)
Tem de ficar interessante = 2 (1,11%)
Churrasquinho no local e mais sombra = 1 (0,56%)
Bastante espaço e muita sombra = 1 (0,56%)
Qualidade dos serviços = 1 (0,56%)
Mais pessoas = 1 (0,56%)
Lual/Festa do Hawai = 1 (0,56%)
Mais espaço = 1 (0,56%)
Locação de barcos = 1 (0,56%)
Banho de jato = 1 (0,56%)
Mais festa = 1 (0,56%)
Qualidade = 1 (0,56%)
Festivais = 1 (0,56%)
Shows, infraestrutura permanente = 1 (0,56%)
Show/bar = 1 (0,56%)
Esporte, área de camping = 1 (0,56%)
Canoagem/jetski = 1 (0,56%)
Show nacional, estrutura para órgãos públicos = 1 (0,56%)
Show, conforto = 1 (0,56%)
Estrutura melhor que a atual = 1 (0,56%)
O que é oferecido aqui = 1 (0,55%)
Melhor acesso = 1 (0,55%)
Futebol de areia = 1 (0,55%)
Muita coisa nova = 1 (0,55%)
Show, música = 1 (0,55%)
Mais diversidade = 1 (0,55%)
Parque de diversão = 1 (0,55%)
Playground = 1 (0,55%)
Desfile de garota Fest Praia = 1 (0,55%)
O mais natural possível = 1 (0,55%)

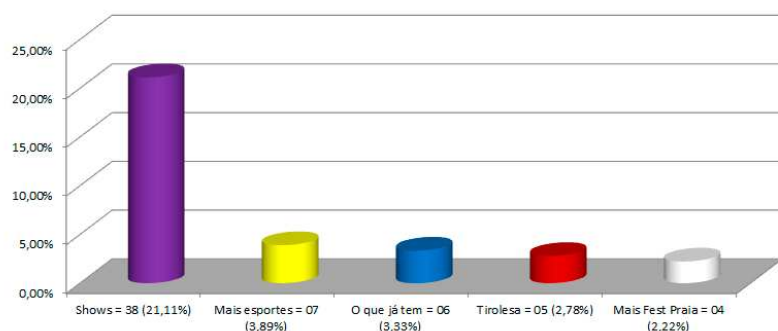
No mínimo o que se tem hoje e fácil acesso = 1 (0,55%)

Área de camping e cobrar somente a entrada = 1 (0,55%)

NS = 6 (3,33%)

NR = 25 (13,89%)

Total = 180 (100%)



2.14 Serviços que se quer encontrar nas futuras instalações (estruturas para atividades físicas, bares, lanchonetes, restaurantes, playground, locação de barcos/caiaques/jetski, apresentações culturais, shows, lan house, etc.)

Tudo o que foi citado no item anterior (2.13) = 31 (17,22%)

Restaurante = 20 (11,11%)

Bares = 13 (7,22%)

Playground = 12 (6,67%)

Lanchonetes higiênicas = 10 (5,55%)

Locação de jetski = 10 (5,55%)

Estrutura para atividade física = 8 (4,44%)

Barcos para locação = 7 (3,89%)

Bar/restaurante = 6 (3,33%)

Shows = 6 (3,33%)

Apresentações culturais = 6 (3,33%)

Barraca popular = 4 (2,22%)

Caiaques = 3 (1,67%)

Locação de jetski e locais de exercício físico = 3 (1,67%)

Locação de barcos e jetski = 2 (1,11%)

Transporte eficiente para a praia = 2 (1,11%)

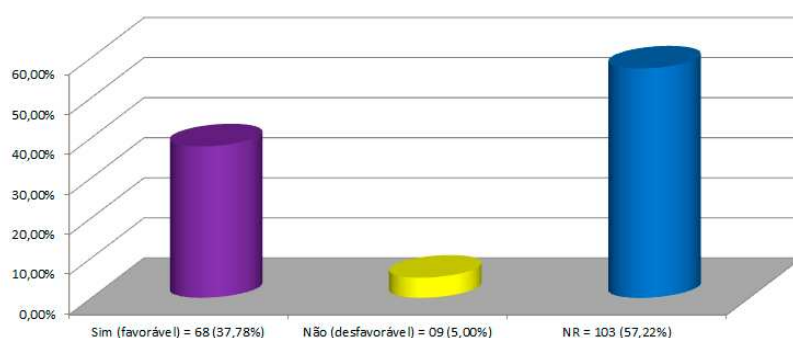
Área para camping = 2 (1,11%)
Show e restaurante = 2 (1,11%)
Bares, jetski = 2 (1,11%)
Restaurantes/lanchonetes = 2 (1,11%)
Locação de barcos e barracas = 2 (1,11%)
Locação de barcos, bares e estrutura para atividades físicas = 2 (1,11%)
Local coberto, iluminação, chuveiros com água tratada = 1 (0,56%)
Infraestrutura em geral = 1 (0,56%)
Lan house = 1 (0,56%)
Pedalinhos = 1 (0,56%)
Hospedagem = 1 (0,56%)
Locação de caiaques, lanchonetes = 1 (0,56%)
Tudo, menos bebida alcoólica = 1 (0,56%)
Shows e apresentações culturais = 1 (0,56%)
Flutuante para visitantes = 1 (0,56%)
Variedades e árvores = 1 (0,56%)
Mais organização = 1 (0,56%)
Pessoas para recolher lixo ou fiscalizar = 1 (0,56%)
Locais apropriados para crianças = 1 (0,55%)
Locação de jetski e caiaques = 1 (0,55%)
Atividades físicas e lanchonetes = 1 (0,55%)
Mais transporte = 1 (0,55%)
NR = 9 (5%)

Total = 180 (100%)

2.15 Opinião de moradores de Paranaíta em se tratando de transformar o Fest Praia numa atração turística para visitantes de outras cidades, em especial da região

Sim (favorável) = 68 (37,78%)
Não (desfavorável) = 9 (5%)
NR = 103 (57,22%)

Total = 180 (100%)



2.15.1 Favorável (justificativas)

Mais renda para o município = 19 (27,95%)

Aumento do turismo = 6 (8,83%)

Movimento da cidade = 6 (8,83%)

Bom para a cidade = 5 (7,35%)

Desenvolvimento da cidade = 4 (5,88%)

Melhora/aumento na economia = 4 (5,88%)

Lucro para a cidade = 3 (4,41%)

Conhecimento de novas pessoas = 3 (4,41%)

Melhoras para a cidade = 3 (4,41%)

Movimento de pessoas diferentes = 3 (4,41%)

Bom para o comércio local = 2 (2,94%)

Interagir com outras cidades = 2 (2,94%)

É bom = 1 (1,47%)

Mais movimento e renda = 1 (1,47%)

Reconhecimento do evento e renda = 1 (1,47%)

Mais conhecimento/divulgação do município = 1 (1,47%)

É o evento que mais atrai visitante = 1 (1,47%)

Mostrar o que a cidade tem de bom = 1 (1,47%)

NR = 2 (2,94%)

Total = 68 (100%)

2.15.2 Desfavorável (justificativas)

(Reside em Alta Floresta) = 3 (33,34%)
(Não mora em Paranaíta) = 1 (11,11%)
Não vai mudar em nada = 1 (11,11%)
Festa regional = 1 (11,11%)
Combina apenas com Paranaíta = 1 (11,11%)
NR = 2 (22,22%)

Total = 9 (100%)

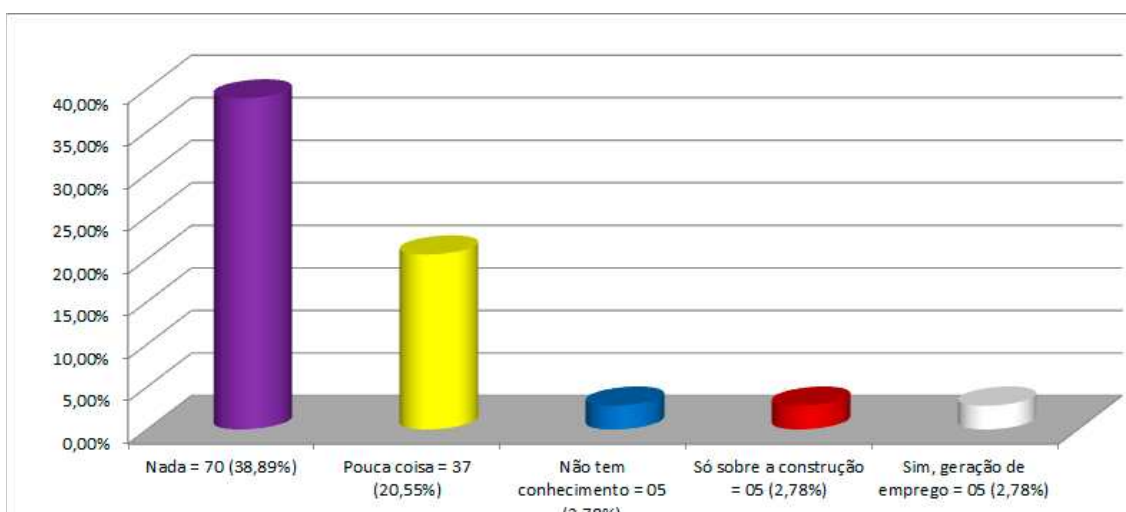
3. COMPANHIA HIDRELÉTRICA TELES PIRES – CHTP

3.1 Conhecimento sobre a CHTP/UHE Teles Pires

Nada = 70 (38,89%)
Pouca coisa = 37 (20,55%)
Não tem conhecimento = 5 (2,78%)
Só sobre a construção = 5 (2,78%)
Sim, geração de emprego = 5 (2,78%)
Sim, trouxe muitos benefícios para a cidade = 4 (2,22%)
Favorece o crescimento da cidade = 3 (1,67%)
Sim, vai trazer mais energia = 3 (1,67%)
Ótimo para proporcionar emprego = 3 (1,67%)
Uma das melhores construtoras do Brasil e traz melhorias = 3 (1,67%)
Veio para fazer a usina = 2 (1,11%)
Boa empresa e ajuda na economia do município = 2 (1,11%)
Conhece um pouco, já trabalhou nela = 2 (1,11%)
Emprego consciente e sabe o que faz = 2 (1,11%)
Só por comentários = 2 (1,11%)
Só o que passou na TV local = 2 (1,11%)
Só o que vejo acontecer em Paranaíta = 2 (1,11%)
Conhecendo a usina = 1 (0,56%)
Só sei que vai alagar o rio = 1 (0,56%)
Emprego forte = 1 (0,56%)
É uma empresa nacional muito grande e competente = 1 (0,56%)

- Muita coisa = 1 (0,56%)
- Estão construindo a usina e procurando amenizar os impactos = 1 (0,56%)
- Empresa que está construindo a usina = 1 (0,56%)
- Estragou a cidade
- Trabalha muito homem = 1 (0,56%)
- Está cumprindo todas as normas técnicas e ambientais = 1 (0,56%)
- Empresa bem construtiva = 1 (0,55%)
- Presta serviço em Paranaíta = 1 (0,55%)
- O que passa na TV e no rádio = 1 (0,55%)
- Tem cumprido a sua parte = 1 (0,55%)
- Estão ajudando no desenvolvimento = 1 (0,55%)
- Pouco = 1 (0,55%)
- Trouxe cursos = 1 (0,55%)
- Desenvolve bom papel, doações para a Prefeitura = 1 (0,55%)
- NS = 1 (0,55%)
- NR = 9 (5%)

Total = 180 (100%)

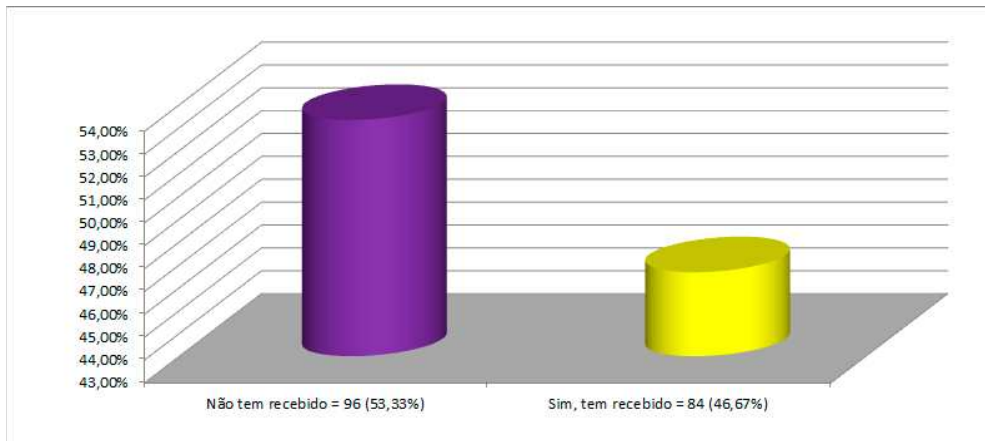


3.2 Recebimento de algum tipo de informação sobre a atuação da CHTP na região

Sim, tem recebido = 84 (46,67%)

Não tem recebido = 96 (53,33%)

Total = 180 (100%)



3.2.1 Sim, tem recebido

Via rádio = 9 (10,72%)

Via TV = 8 (9,52%)

Sabe da construção = 5 (5,96%)

Vai trazer melhorias para a cidade = 5 (5,96%)

Sabe dos trabalhos = 4 (4,76%)

Sabe os cursos = 4 (4,76%)

Sabe do alojamento = 3 (3,57%)

Como faz e como será feito = 2 (2,38%)

Via rádio e o que viu na obra = 2 (2,38%)

Via rádio e TV = 2 (2,38%)

Reformas de casas = 2 (2,38%)

Crescimento da cidade = 2 (2,38%)

Infraestrutura da cidade = 2 (2,38%)

Fez curso com ela = 1 (1,19%)

Tem pouca divulgação = 1 (1,19%)

Sabe da qualidade dos serviços = 1 (1,19%)

Sabe sobre sítios alagados = 1 (1,19%)

Vários projetos para a cidade = 1 (1,19%)

Impacto social e econômico = 1 (1,19%)

Via informativo, site, jornais e rádio = 1 (1,19%)

Posto de Saúde, Educação, veículos e reformas de casas = 1 (1,19%)

Aumenta fluxo de dinheiro = 1 (1,19%)

Muita morte = 1 (1,19%)

Via meu e-mail = 1 (1,19%)

Companhia prestativa = 1 (1,19%)

Doações para o município = 1 (1,19%)

Muitas = 1 (1,19%)

Via revista = 1 (1,19%)

Informações via e-mail = 1 (1,19%)

Em reuniões = 1 (1,19%)

Em jornais = 1 (1,19%)

Poucas = 1 (1,19%)

Jornal informativo = 1 (1,19%)

Obras para o município = 1 (1,19%)

Ajudou o município = 1 (1,19%)

NR = 12 (14,29%)

Total = 84 (100%)

3.2.2 - Não tem recebido

Falta divulgação = 19 (19,80%)

Não procurou saber = 16 (16,67%)

Não teve acesso a informações = 4 (4,17%)

Não se interessa = 4 (4,17%)

Falta comunicação = 3 (3,13%)

Não mora na cidade = 3 (3,13%)

Sabe pouca coisa = 2 (2,08%)

Não fez (a CHTP) mais reuniões como antes = 2 (2,08%)

Está trabalhando fora = 2 (2,08%)

Não foi informado = 2 (2,08%)

Não tem contato = 2 (2,08%)

Mora longe = 1 (1,04%)

Preocupam-se somente com eles e não querem saber do povo = 1 (1,04%)

Nada formal = 1 (1,04%)
Não para em Paranaíta = 1 (1,04%)
Chegou há pouco tempo = 01 (1,04%)
Somente por jornal (pouco) = 1 (1,04%)
Falta marketing no local (stand no Fest Praia) = 1 (1,04%)
Em Sinop ninguém sabe = 1 (1,04%)
Não está ouvindo os meios de divulgação = 1 (1,04%)
Não chegou até o município (informação) = 1 (1,04%)
Ninguém fala nada = 1 (1,04%)
NR = 26 (27,09%)

Total = 96 (100%)

3.2.3 Responderam “não” - Sugestões para melhorar a divulgação

Internet (atualização frequente) = 17 (17,72%)
Divulgação na rádio = 16 (16,67%)
Divulgação no rádio e TV = 13 (13,55%)
Mídias em geral = 9 (9,39%)
TV = 7 (7,29%)
TV e rádio de outras cidades = 5 (5,21%)
Panfletagens = 4 (4,17%)
Investir em divulgação (todos os meios) = 2 (2,08%)
Jornal e TV = 2 (2,08%)
(Mais segurança) = 2 (2,08%)
Jornal e rádio = 2 (2,08%)
Palestras, internet, redes sociais = 2 (2,08%)
TV, jornais e panfletos = 2 (2,08%)
Anunciar mais os eventos = 1 (1,04%)
Utilizar sites governamentais = 1 (1,04%)
Patrocinar mais eventos = 1 (1,04%)
(Povo tem que se reunir e não deixar acontecer) = 1 (1,04%)
Carro de som volante = 1 (1,04%)
Stand para divulgar o trabalho da empresa = 1 (1,04%)

Conteúdo mais claro de divulgação = 1 (1,04%)

Palestras nas escolas = 1 (1,04%)

Mais divulgação = 1 (1,04%)

Divulgar em todos os Estados = 1 (1,04%)

Rádio e reuniões = 1 (1,04%)

Palestras = 1 (1,04%)

Divulgar nas escolas = 1 (1,04%)

Total = 96 (100%)

3.3 Dúvidas e quer saber algo sobre a CHTP

Sim = 61 (33,89%)

Não = 111 (61,67%)

NR = 8 (4,44%)

Total = 180 (100%)

3.3.1 - Respondeu “sim” – dúvidas e quer saber

Sobre benefícios que terá para Paranaíta = 8 (13,11%)

Tempo para a usina ficar pronta = 6 (9,83%)

Impacto pós-construção da usina = 5 (8,19%)

Contribuição para a região = 4 (6,55%)

Benefícios e malefícios = 3 (4,92%)

Como foi o desenvolvimento em outros Estados = 3 (4,92%)

Impacto que está sendo gerado = 2 (3,28%)

Transformações na vida do município = 2 (3,28%)

Quanto será investido? = 2 (3,28%)

Conhecer a CHTP bem = 2 (3,28%)

Como é o trabalho da CHTP = 2 (3,28%)

Sobre novas usinas (outras) = 2 (3,28%)

Sobre a construção (andamento) = 2 (3,28%)

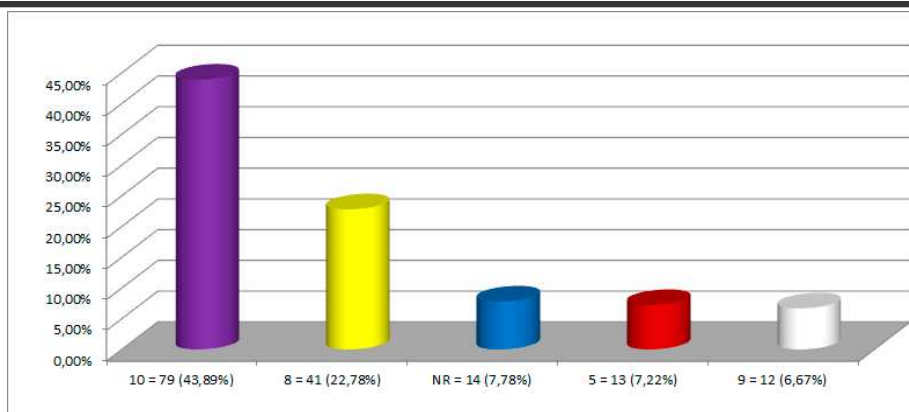
Indenização dos pescadores = 2 (3,28%)

Sobrevivência dos peixes = 2 (3,28%)

O que vai sumir quando alagar? = 1 (1,64%)
Indenização de terras = 1 (1,64%)
Sobre o planejamento = 1 (1,64%)
Rotina das obras da usina = 1 (1,64%)
Projetos ecológicos (ambientais) = 1 (1,64%)
Empregos que manterá após o término das obras = 1 (1,64%)
Sobre visitas às obras = 1 (1,64%)
Trabalho de guia turístico = 1 (1,64%)
Mais informações gerais = 1 (1,64%)
Que será da biodiversidade da ilha do Teles Pires? = 1 (1,64%)
Vai dar suporte turístico para a cidade? = 1 (1,64%)
NR = 3 (4,92%)
Total = 61 (100%)

3.4 Com o alagamento do local onde se realiza o Fest Praia, a CHTP construirá estrutura em outro lugar como compensação, com praia permanente que poderá ser frequentada rotineiramente. Nota opinativa de 0 a 10 sobre essa ação (Pesquisados durante Fest Praia/2012)

10 = 79 (43,89%)
8 = 41 (22,78%)
NR = 14 (7,78%)
5 = 13 (7,22%)
9 = 12 (6,67%)
7 = 17 (9,44%)
6 = 4 (2,22%)
0 = 0 (0%)
1 = 0 (0%)
2 = 0 (0%)
3 = 0 (0%)
4 = 0 (0%)
Total = 180 (100%)



3.4.1 Os porquês do item anterior (3.4)

Compensação = 8 (4,44%)

Não fica como o natural = 8 (4,44%)

Pra poder ir todos os dias do ano = 7 (3,89%)

Acho que vai ser bom = 6 (3,33%)

Pelo lazer durante todo o ano = 6 (3,33%)

Vai ser muito bom = 5 (2,78%)

Será bom, se construir = 5 (2,78%)

Não sabe como vai ficar = 4 (2,22%)

Vai poder continuar o evento = 4 (2,22%)

Penso que será uma praia muito boa = 3 (1,67%)

Geração de mais empregos = 3 (1,67%)

É preciso = 3 (1,67%)

Vai melhorar para todos = 3 (1,67%)

Teremos alternativas de lazer = 3 (1,67%)

Bom para frequentar o local o ano todo = 3 (1,67%)

Para que seja uma estrutura de primeira linha = 2 (1,11%)

Funcionará o ano todo = 2 (1,11%)

Só vendo = 2 (1,11%)

Será permanente = 2 (1,11%)

Este local não poderá ser alagado = 2 (1,11%)

Pela iniciativa de se criar um lugar semelhante = 2 (1,11%)

Construir logo o outro (antes de alagar) = 2 (1,11%)

Será um centro atrativo = 2 (1,11%)

- Pode ser bom, não pode não ser também = 2 (1,11%)
Terá melhor estrutura = 2 (1,11%)
Não vai tirar o lazer da população = 2 (1,11%)
Ajudará na diversão do povo = 2 (1,11%)
Tem que ser igual ou melhor que a atual = 2 (1,11%)
Estão retirando o lazer, e interessante que eles reconhecem = 2 (1,11%)
Será benefício para a população = 2 (1,11%)
Atenderá às expectativas (será melhor) = 2 (1,11%)
É necessário para a população = 2 (1,11%)
Já tem conhecimento do outro local = 1 (0,56%)
Não sabe se vai ser bom como o natural = 1 (0,56%)
Tem que fazer mesmo = 1 (0,56%)
Navegação de lanchas maiores = 1 (0,56%)
Mais ou menos = 1 (0,56%)
Mais qualidade = 1 (0,56%)
Gerará desenvolvimento = 1 (0,56%)
Bom para Paranaíta = 1 (0,56%)
É obrigação = 1 (0,56%)
Não acho bom nem ruim = 1 (0,56%)
Ótima iniciativa = 1 (0,56%)
Mais segurança = 1 (0,56%)
Já que vai alagar o que existe, tem de construir = 1 (0,56%)
Bom para o turismo = 1 (0,56%)
Não vai ficar sem praia = 1 (0,56%)
Energia para o povo = 1 (0,56%)
Está vendo o lado do povo = 1 (0,55%)
Não vai ser a mesma coisa = 1 (0,55%)
Pela competência = 1 (0,55%)
Pra ser 10, tem que ser 10 e não 9,5 = 1 (0,55%)
Vai prejudicar a classe baixa = 1 (0,55%)
É o mínimo que se pode fazer = 1 (0,55%)
Realmente tem de ser feito = 1 (0,55%)
Ainda não conhece o projeto e nem sua viabilidade = 1 (0,55%)

Pela praticidade = 1 (0,55%)

Pela energia = 1 (0,55%)

NS = 21 (11,67%)

NR = 28 (15,55%)

Total = 180 (100%)

3.5 - Conselhos/recomendações/reclamações ou solicitações ao empreendimento da UHE Teles Pires

Não tem/nada = 139 (77,22%)

Mais segurança = 9 (5,00%)

Divulgar mais as obras da usina = 3 (1,67%)

Os locais que vão ser alagados (divulgar mais) = 3 (1,67%)

Mais atenção aos ribeirinhos = 2 (1,11%)

Mais estradas (investir) = 2 (1,11%)

Mais shows bons = 2 (1,11%)

Liberar bebida no Fest Praia = 2 (1,11%)

Divulgar sobre indenização dos fazendeiros = 1 (0,56%)

Mais oportunidades para o município (proporcionar) = 1 (0,56%)

Levar os trabalhadores de outras cidades = 1 (0,56%)

Deixar algo importante para a população desfrutar após término das obras = 1 (0,56%)

(pessoas no local) = 1 (0,56%)

Conscientizar as pessoas sobre o impacto ambiental = 1 (0,55%)

Observar bem e registrar o que vai desaparecer com a usina = 1 (0,55%)

Vai acabar com a 7 Quedas! = 1 (0,55%)

Ter cuidados sociais e ambientais = 1 (0,55%)

NR = 9 (5%)

Total = 180 (100%)

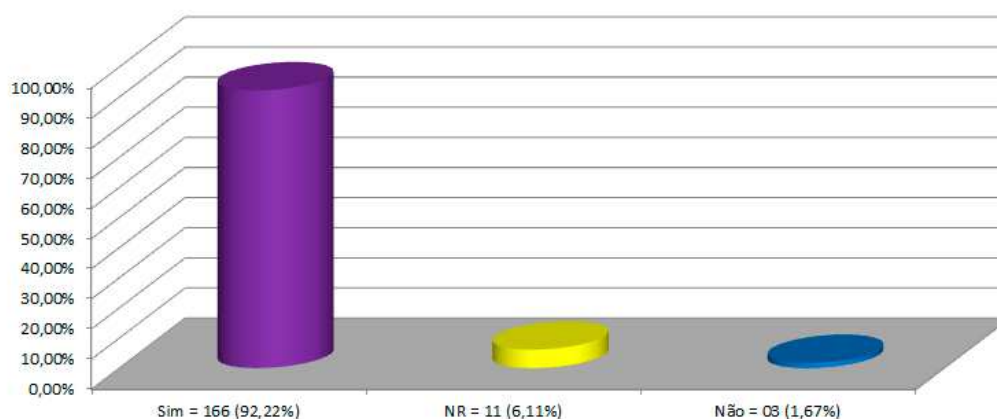
3.6 Quer que divulgue esta pesquisa

Sim = 166 (92,22%)

Não = 3 (1,67%)

NR = 11 (6,11%)

Total = 180 (100%)



3.6.1 Justificativas do “sim” e NR do item anterior (3.6)

Mostrar a opinião popular = 45 (25,42%)

Para que todos saibam o resultado = 30 (16,95%)

Para que a população tenha conhecimento = 13 (7,35%)

Transparência dos trabalhos = 10 (5,65%)

Ficar mais informado = 9 (5,08%)

Para se ter uma divulgação melhor = 6 (3,39%)

Para pessoas de toda a região = 5 (2,83%)

É bom saber o resultado = 4 (2,26%)

Pra todos ficarem sabendo = 4 (2,26%)

Para divulgar a empresa (CHTP) = 3 (1,69%)

É melhor = 3 (1,69%)

É interessante = 3 (1,69%)

Provocar mais opiniões = 3 (1,69%)

Bom para todos = 3 (1,69%)

Para as pessoas saberem da praia artificial = 3 (1,69%)

Gerar expectativas = 2 (1,14%)

É importante = 2 (1,14%)

Divulgará também o Estado e suas melhorias = 2 (1,14%)
Informação sobre o que acontece no Fest Praia = 2 (1,14%)
Dar publicidade = 2 (1,14%)
Melhorar o conhecimento do povo = 1 (0,56%)
Curiosidades = 1 (0,56%)
Importante para que as pessoas se manifestem = 1 (0,56%)
Para que as pessoas conheçam a CHTP = 1 (0,56%)
Importante que o povo saiba a opinião dos entrevistados = 1 (0,56%)
Só mostra o lado bom da usina e não o lado ruim = 1 (0,56%)
NS = 2 (1,14%)
NR = 15 (8,47%)

Total = 177 (100%)

3.6.2 Justificativas do “não” do item anterior (3.6)

Já sabe a opinião do povo = 1 (33,33%)
Não vai mudar nada = 2 (66,67%)

Total = 3 (100%)

3.6.3 Onde divulgar (meios)

Jornal = 76 (48,41%)
Rádio = 55 (35,03%)
Informativo = 15 (9,55%)
Reuniões/palestras = 11 (7,01%)
Subtotal = 157 (63,82%)

Outros Meios

Mídia em geral = 39 (43,82%)
Internet = 32 (35,96%)
TV = 16 (17,98%)
Anúncios = 1 (1,12%)
Tudo o que estiver ao alcance da UHE Teles Pires = 1 (1,12%)

Subtotal = 83 (36,18%)

Total do 3.6.3 = 246 (100%)

**PARANAÍTA / MATO GROSSO –
QUANTIDADE DE PESQUISADOS = 10 (100%)
BARRAQUEIROS**

1. PERFIL DO ENTREVISTADO

1.1 Idade

Até 18 anos = 0 (0%)

De 19 a 24 anos = 1 (10%)

De 25 a 30 anos = 3 (30%)

De 31 a 40 anos = 2 (20%)

De 41 a 50 anos = 1 (10%)

De 51 a 60 anos = 3 (30%)

Acima de 60 anos = 0 (0%)

Total = 10 (100%)

1.2 Escolaridade

Ensino Fundamental Incompleto = 2 (20%)

Ensino Fundamental Completo = 0 (0%)

Ensino Médio Incompleto = 3 (30%)

Ensino Médio Completo = 4 (40%)

Superior (3º grau) Incompleto = 0 (0%)

Superior (3º grau) Completo = 1 (10%)

Especialização/Pós-graduação = 0 (0%)

Total = 10 (100%)

1.3 Sexo

Masculino = 6 (60%)

Feminino = 4 (40%)

Total = 10 (100%)

1.4 Município onde reside

Paranaíta = 10 (100%)

Total = 10 (100%)

1.5 De outros municípios, com exceção de moradores de Alta Floresta, onde hospedam

Nenhum dos barraqueiros era de outra localidade.

1.6 Profissão/ocupação principal

Autônomo = 6 (60%)

Empresário = 2 (20%)

Empregado de empresa privada = 1 (10%)

Do lar = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

2. FEST PRAIA

2.1 Frequência

Mais de uma vez = 8 (80%)

Primeira vez que participa = 2 (20%)

Total = 10 (100%)

2.1.1 Não sendo a primeira vez, tempo

3 anos = 2 (25%)

4 anos = 2 (25%)

12 anos = 2 (25%)

11 anos = 1 (12,50%)

2 anos = 1 (12,50%)

Total = 8 (100%)

2.2 Foram ao Fest Praia/2012

Acompanhado(a) = 10 (100%)

Sozinho(a) = 0 (0%)

Total = 10 (100%)

2.2.1 Quantidade de pessoas que vieram com o(a) pesquisado(a)

2.2.1.1 Amigos

2 pessoas = 2 (66,67%)

8 pessoas = 1 (33,33%)

Total = 3 (100%)

2.2.1.2 Familiares

4 pessoas = 2 (28,58%)

6 pessoas = 2 (28,58%)

2 pessoas = 1 (14,28%)

5 pessoas = 1 (14,28%)

7 pessoas = 1 (14,28%)

Total = 7 (100%)

Total deste item (2.2.1) = 10 (100%)

2.3 - Para os pesquisados, o evento

Atende às expectativas = 1 (10%)

Não atende às expectativas = 9 (90%)

Total = 10 (100%)

2.1.1 Não atende às expectativas porque

Falha na organização = 5 (55,56%)

Muitos imprevistos = 1 (11,11%)

Deixa a desejar em muita coisa = 1 (11,11%)

Falta muita coisa = 1 (11,11%)

Falta de energia confiável = 1 (11,11%)

Total = 9 (100%)

2.4 Pontos fortes do evento (o que mais gosta)

Segurança = 2 (20%)

Não tem = 2 (20%)

Localização = 1 (10%)

Festival de pesca = 1 (10%)

Organização = 1 (10%)

Conhecer novas pessoas = 1 (10%)

Divulgação do município = 1 (10%)

Capacitação das pessoas = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

2.5 Pontos fracos (o que não gosta)

Falta de organização = 4 (40%)

Falta de organização e energia = 2 (20%)

Falta de energia = 1 (10%)

Organização entre barraqueiros = 1 (10%)

Falta de energia, não cumprimento de show = 1 (10%)

NS = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

2.6 O Fest Praia oferece

Banho na praia = 10 (100%)

Total = 10 (100%)

2.7 Alimentação

Compra no local = 5 (50%)

Consome alimentos próprios (que vende) = 3 (30%)

Traz de casa = 2 (20%)

Total = 10 (100%)

2.7.1 De casa porque...

Falta de opção = 2 (100%)

Obs.: Não elencaram o que compram no local.

Total = 2 (100%)

2.8 Avaliação conceitual dos alimentos comercializados no local

Bom = 6 (60%)

Regular = 3 (30%)

Ruim = 1 (10%)

Ótimo = 0 (0%)

Péssimo = 0 (0%)

Total = 10 (100%)

2.8.1 De regular a péssimo, justificaram

Más condições e falta de higiene = 2 (50%)

Falta de estrutura adequada = 1 (25%)

Falta de energia = 1 (25%)

Total = 4 (100%)

2.9 Alimento (bebida ou produto) que se quer comprar/consumir e não é oferecido

Água de coco e suco natural = 3 (30%)

NR = 3 (30%)

Comida diferente = 2 (20%)

Não tem restaurante de qualidade = 1 (10%)

Sorvete, frutas = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

2.10 Avaliação conceitual da estrutura do local

Boa = 10 (100%)

Regular = 0 (0,00%)

Ótima = 0 (0,00%)

Ruim = 0 (0,00%)

Péssima = 0 (0,00%)

Total = 10 (100%)

2.10.1 De regular a péssima, justificam

Obs.: Não foram indicados nenhum desses conceitos.

2.11 Conhecimento que, em 2015, com a formação do reservatório da Usina Hidrelétrica Teles Pires, o local será alagado e que será construída uma praia permanente com infraestrutura e serviços para atender aos visitantes.

Tem conhecimento = 10 (100%)

Não tem conhecimento = 0 (0%)

Total = 10 (100%)

2.12 Opinião sobre a transformação aludida no item anterior (2.11)

Vai ser bom = 8 (80%)

Espera que seja boa = 1 (10%)

Se fosse mais perto da cidade, seria melhor = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

2.13 Espera encontrar nessa nova praia permanente (estrutura, outros tipos de eventos, etc.)

Show = 1 (10%)

Réveillon = 1 (10%)

Gincanas para crianças = 1 (10%)

Eventos esportivos = 1 (10%)

Torneio de futebol e carnaval = 1 (10%)

Motocross = 1 (10%)

Carnaval fora de época = 1 (10%)

NR = 3 (30%)

Total = 10 (100%)

2.14 Serviços que se quer encontrar nas futuras instalações (estruturas para atividades físicas, bares, lanchonetes, restaurantes, playground, locação de barcos/caiaques/jetski, apresentações culturais, shows, lan house, etc.)

Restaurante = 3 (30%)

Praça de alimentação de qualidade = 2 (20%)

Variedade de atividade = 1 (10%)

Parque para criança = 1 (10%)

Play House = 1 (10%)

Lanchonete = 1 (10%)

NR = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

2.15 Opinião de moradores de Paranaíta em se tratando de transformar o Fest Praia numa atração turística para visitantes de outras cidades, em especial da região

Sim (favorável) = 10 (100%)

Não (desfavorável) = 0 (0%)

Total = 10 (100%)

2.15.1 Favorável (justificativas)

Mais movimento e renda para o município = 9 (90%)

NR = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

2.15.2 - Desfavorável (justificativas)

Obs.: Dos barraqueiros entrevistados nenhum foi desfavorável.

3. COMPANHIA HIDRELÉTRICA TELES PIRES – CHTP

3.1 Conhecimento sobre a CHTP/UHE Teles Pires

Pouco = 7 (70%)

Somente por comentários = 1 (10%)

Nada = 1 (10%)

NR = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

3.2 Recebimento de algum tipo de informação sobre a atuação da CHTP na região

Sim, tem recebido = 6 (60%)

Não tem recebido = 1 (10%)

NR = 3 (30%)

Total = 10 (100%)

3.2.1 Sim, tem recebido

Posto de saúde, asfalto = 2 (33,36%)

Investimentos na segurança e saúde = 1 (16,66%)

Asfalto no setor novo = 1 (16,66%)

Impactos, asfalto = 1 (16,66%)

Pouco = 1 (16,66%)

Total = 6 (100%)

3.2.2 e 3.2.3 Não tem recebido

Sugere reuniões em bairros = 1 (100%)

Total = 1 (100%)

3.3 Dúvidas e quer saber algo sobre a CHTP

Não = 9 (90%)

Sim = 0 (0%)

NR = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

3.4 Com o alagamento do local onde se realiza o Fest Praia, a CHTP construirá estrutura em outro lugar como compensação, com praia permanente que poderá ser frequentada rotineiramente. Nota opinativa de 0 a 10 sobre essa ação (Pesquisados durante Fest Praia/2012)

0 = 0 (0%)

1 = 0 (0%)

2 = 0 (0%)

3 = 0 (0%)

4 = 0 (0%)

5 = 0 (0%)

6 = 0 (0%)

7 = 1 (10%)

8 = 2 (20%)

9 = 3 (30%)

10 = 4 (40%)

Total = 10 (100%)

3.4.1 Os porquês do item anterior (3.4)

Para melhorar = 3 (30%)

Porque sim = 2 (20%)

Se realmente fizer = 1 (10%)

NR = 4 (40%)

Total = 4 (100%)

3.5 Conselhos/recomendações/reclamações ou solicitações ao empreendimento da UHE Teles Pires

Não tem/nada = 7 (70%)

Falta segurança para os moradores = 1 (10%)

O que a CHTP vai fazer de bom para Paranaíta = 1 (10%)

NR = 01 (10,00%)

Total = 10 (100%)

3.6 Quer que divulgue esta pesquisa

Sim = 9 (90%)

Não = 1 (10%)

Total = 10 (100%)

3.6.1 Justificativas do “sim” e NR do item anterior (3.6)

Para conhecimento de todos os moradores = 8 (88,89%)

Uma forma de alerta para melhorar = 1 (11,11%)

Total = 9 (100%)

3.6.2 Justificativas do “não” do item anterior (3.6)

Pode prejudicar = 1 (100%)

Total = 1 (100%)

3.6.3 - Onde divulgar (meios)

Mídias em geral = 4 (40%)

Rádio = 3 (30%)

Jornal = 2 (20,00%)

Informativo = 1 (10%)

Reuniões/palestras = 0 (0%)

Total = 10 (100%)

ANEXO II

Formulário de Pesquisa



PROJETO BÁSICO AMBIENTAL DA UHE TELES PIRES
P.38 - Programa de Apoio à Revitalização e Incremento da Atividade de Turismo



PESQUISA SOBRE O FUTURO DOS PRÓXIMOS EVENTOS DO FEST PRAIA- PARANAÍTA - MT

1 – PERFIL DOS ENTREVISTADOS

1.1. Idade

- a. () Até 18 anos
- b. () De 19 até 24 anos
- c. () De 25 até 30 anos
- d. () De 31 até 40 anos
- e. () De 41 até 50 anos
- f. () De 51 até 60 anos
- g. () Acima de 60 anos

1.2. Escolaridade

- a. () 1º grau incompleto (Ens. Fund. Comp.)
- b. () 1º grau completo (Ens. Fund. Inc.)
- c. () 2º grau incompleto (Ens. Méd. Comp.)
- d. () 2º grau completo (Ens. Méd. Inc.)
- e. () Superior incompleto
- f. () Superior completo
- g. () Especialização/Pós Graduação

1.3. Sexo

- a. () Masculino
- b. () Feminino

1.4 – Cidade onde reside:

1.5 – Se reside em outro município (com exceção de moradores de Alta Floresta), o(a) Sr(a) fica hospedado onde?:

() Paranaíta, onde: () Hotel () Casas parentes/amigos

() Outros: _____

() Alta Floresta, porque: _____

1.6 - Qual a sua ocupação principal? (apenas uma resposta)

- a. () Empresário
- b. () Empregado de empresa privada
- c. () Funcionário público
- d. () Autônomo
- e. () Estudante
- f. () Aposentado(a)
- g. () Vive de rendas (aplicações)
- h. () Militar
- i. () Empregado(a) doméstico(a)
- j. () Produtor Rural
- k. () outras: _____

mais gosta?)

2.5 – E os pontos fracos? (o que você não gosta?)

2.6– O Fest Praia, atualmente, oferece quais tipos de lazer para os visitantes?:

- () Banho na praia () Canoísmo
- () Passeio de barco/jetski () Shows
- () Área para campismo () Pescarias/campeonatos
- () Gastronomia () Outros: _____

2.7 – A sua alimentação é comprada aqui ou traz de casa?

() Casa. Se de casa, é por: () Falta de opção () Preço?

() Outros: _____

() Compra no local. O que: _____

2.8 – Como o(a) Sr(a) avalia os alimentos comercializados no evento?

() Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo

2.8.1 – Se respondeu de regular a péssimo, favor justificar:

2.9- Que alimento, bebida ou outro produto gostaria de comprar e que não é oferecido aqui?

2.10 – Hoje, como o(a)Sr(a) considera a infraestrutura deste local:

() Ótima () Boa () Regular () Ruim () Péssima

2– FEST PRAIA

2.1 – É a primeira vez que participa deste evento?

() Sim

() Não. Se não há quanto tempo: _____anos

2.2 – O(a) Sr(a) veio sozinho(a) a este evento?

() Sim

() Não. Quantas pessoas vieram com o(a) Sr(a):

_____ amigos ou familiares: _____

2.3 – Na sua visão, hoje o evento atende as suas expectativas? .

() Sim

() Não. Se não, porque: _____

2.4 – Para o(a) Sr(a) quais os pontos fortes deste evento? (o que você



PROJETO BÁSICO AMBIENTAL DA UHE TELES PIRES
P.38 - Programa de Apoio à Revitalização e Incremento da Atividade de Turismo



2.10.1 - Se respondeu de regular a péssimo, favor justificar:

2.11 - O(a) Sr(a) tem conhecimento que em 2015, com a formação do reservatório da Usina Hidrelétrica Teles Pires este local será alagado e que será construída uma praia permanente, com infraestrutura e serviços para atender os visitantes?

() *Sim* () *Não*

2.12 – Qual a sua opinião sobre essa transformação? Como a vê?

2.13 – O que gostaria de encontrar nessa nova praia permanente? Outros tipos de eventos? Quais?

2.14- Quais serviços gostaria de encontrar nas futuras instalações?(Estruturas para atividades físicas, bares, lanchonetes, restaurantes, play ground, locação de barcos/caiaques/jetski, apresentações culturais, shows, lan house)

2.15 – Se é morador (a) de Paranaíta, gostaria que o Fest Praia se tornasse uma atração para visitantes de outras cidades, região?

() *Sim. Por que:*

() *Não. Por que:*

3 – COMPANHIA HIDRELÉTRICA TELES PIRES - CHTP

3.1 – O que você sabe sobre a Companhia Hidrelétrica Teles Pires/UHE Teles Pires?

3.2 – Você tem recebido algum tipo de informação sobre a atuação da Companhia Hidrelétrica Teles Pires na região?

() *Sim. Quais:*

() *Não. Por que:*

3.2.1 – Se respondeu não, qual sua sugestão para melhorar a divulgação dessas informações?

3.3 – Você tem alguma dúvida ou gostaria de saber algo sobre a Companhia Teles Pires?

() *Não* () *Sim. Se sim, quais:*

3.4 – A construção da Usina irá alagar este local. A Companhia Hidrelétrica Teles Pires, como forma de compensar a região, irá disponibilizar para a população uma praia permanente durante os 365 dias do ano, por isso, está realizando esta pesquisa para construção desta nova praia. De 0 a 10, qual a sua nota sobre essa iniciativa referente a essa ação?

() 0 () 1 () 2 () 3
 () 4 () 5 () 6 () 7
 () 8 () 9 () 10

Porquê?

3.5 – Você tem algum conselho/recomendação/reclamação ou solicitação ao empreendimento da Usina Hidrelétrica Teles Pires?

3.6 – Você gostaria que a Companhia Hidrelétrica Teles Pires divulgasse o resultado desta pesquisa?

() *Não. Por que:*

() *Sim. Por que:*

3.6.1 - Se sim, em que meio de comunicação?

() *Jornal* () *Rádio* () *Informativo* () *Reuniões/palestras*
 () *Outros. Quais?*

www.uhetelespires.com.br
 Ouvidoria 0800 647 2177