



Oeingerge

energia com mais ambiente



CONSULTÓRIO **Oeingerge**
Mobilidade, Energia e Ambiente

Relatório de Avaliação de Inquéritos

Setembro 2007

Projecto:

CONSULTÓRIO OEINERGE

Relatório de Avaliação de Inquéritos



OEINERGE – Agência Municipal de Energia e Ambiente de Oeiras

Taguspark, Edifício Inovação I, Sala 212-D
Porto Salvo, 2740-257 OEIRAS
Telefone: 21 421 40 10
Fax: 21 421 85 73
e-mail: oeingerge@oeingerge.pt

Gestor do Projecto:

Eng.º Jorge Cordeiro

jorge.cordeiro@oeingerge.pt

Realizado por:

Eng.º Jorge Cordeiro

jorge.cordeiro@oeingerge.pt

Dr. Pedro Pereira

pedro.pereira@oeingerge.pt

"CONSULTÓRIO OEINERGE"

Mobilidade, Energia e Ambiente

Relatório de Avaliação de Inquéritos

Enquadramento

Com o propósito de averiguar qual a resposta por parte da população ao desafio de se pronunciar a respeito da tipologia de informação referente a mobilidade, energia e ambiente a que tinha acesso, a OEINERGE levou a cabo um inquérito distribuído em dois formatos: *online* e presencial.

Os inquéritos foram realizados durante o mês de Julho de 2007, sendo os seus resultados e conclusões preliminares apresentados no corrente relatório.

Acção Desenvolvida

Elaboração de Inquérito de Avaliação (*online* e presencial)

Uma das acções desde logo consideradas de crucial importância para a estruturação do "**CONSULTÓRIO OEINERGE**" incluía o desenho de um inquérito que permitisse auscultar a população e perceber qual a sua relação com a informação disponível em matéria de mobilidade, energia e ambiente e as reais necessidades para o seu "consumo" diário nas três áreas.

Os resultados do inquérito serão encarados como um dos indicadores-chave para a estruturação-base dos serviços que o "**CONSULTÓRIO OEINERGE**" proporcionará à população de Oeiras.

A versão *online* do inquérito esteve disponível durante um mês, sendo divulgada maioritariamente através da lista de contactos da OEINERGE. No final do período considerado foi obtido um total de **254** respostas.

Quanto à versão em papel, esta foi distribuída com a colaboração do Departamento de Administração Geral da Câmara Municipal de Oeiras. Os inquéritos foram realizados nos Paços do Concelho, e nos Postos de Atendimento ao Cidadão (PAC) de Carnaxide, Linda-a-Velha e Algés, sendo recolhido um total de **146** respostas junto da população que usufrui dos respectivos serviços.

Quadro 1. Resumo das respostas obtidas ao inquérito

Local	Nº de respostas recolhidas
<i>Internet</i>	254
<i>Paços do Concelho</i>	38
<i>PAC Carnaxide</i>	41
<i>PAC Linda-a-Velha</i>	47
<i>PAC Algés</i>	20
TOTAL	400

Apresentação e Discussão de Resultados

Para efeitos do presente relatório, serão apenas abordadas as questões relevantes para a estruturação do *site* e delineamento de conteúdos, dando especial ênfase à tipologia de informação que os cidadãos de Oeiras pretendem ver acessível, e aos formatos em que pretendem aceder a essa mesma informação.

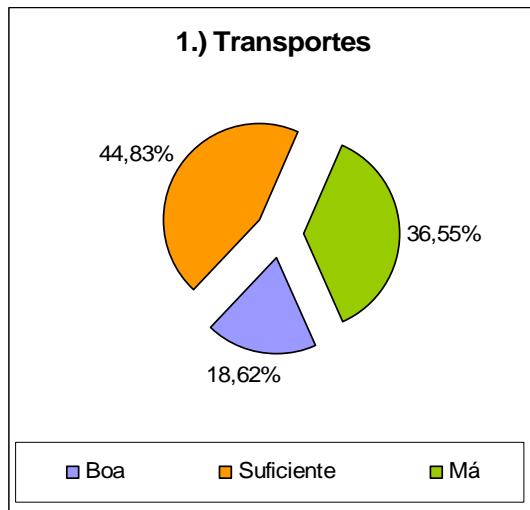
Desde logo, uma primeira leitura efectuada em paralelo permitiu concluir que algumas das respostas dadas na versão *online* divergiam consideravelmente das respostas ao inquérito presencial.

I - Avaliação da qualidade da informação disponível

Foi colocada aos inquiridos a seguinte questão:

“No seu entender, como avalia a informação disponível ao consumidor nas seguintes áreas: transportes, energia, ambiente?”

Inquéritos Lojas



Inquéritos Online

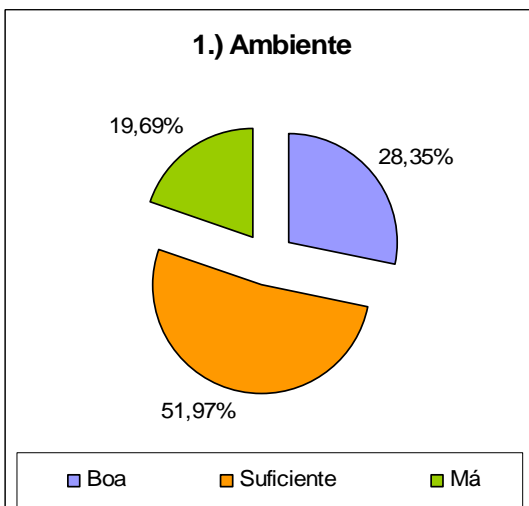
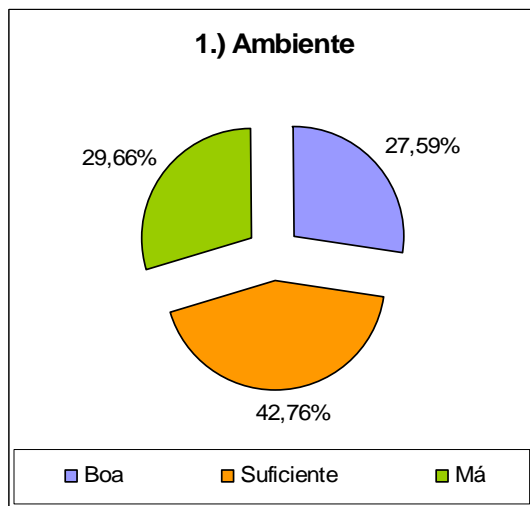
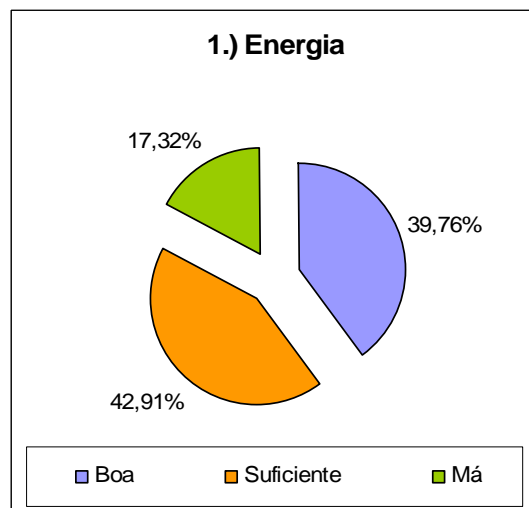
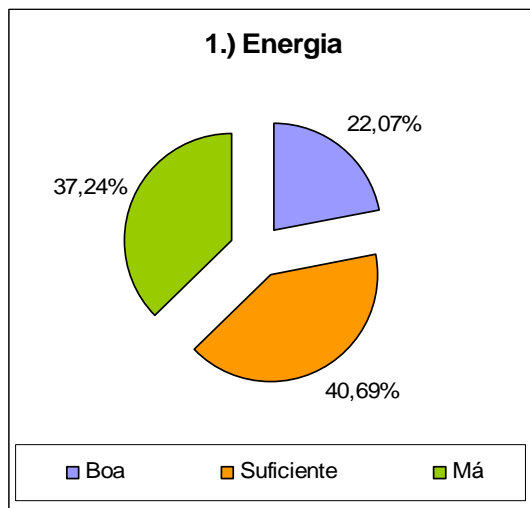
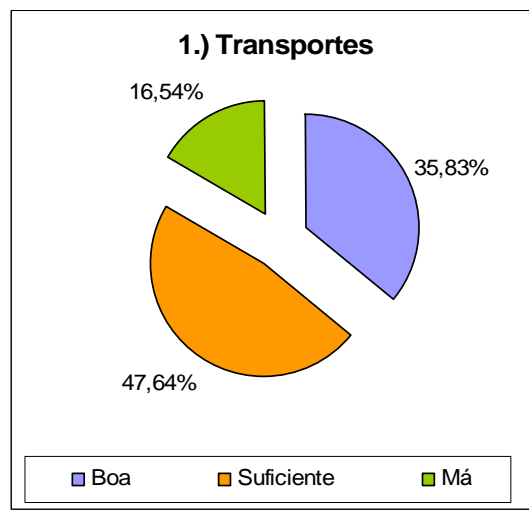


Figura 1. Respostas obtidas à questão: *“No seu entender, como avalia a informação disponível ao consumidor nas seguintes áreas: transportes, energia, ambiente?”*

Se encararmos a disponibilidade de acesso à internet como um factor diferenciador socio-económico entre os dois tipos de abordagem de questionário efectuada, podemos extrair uma possível conclusão entre os inquéritos presenciais e os inquéritos realizados electronicamente: existe uma distanciação relevante no que se refere à avaliação da informação disponível. Enquanto que nas “Lojas” o cidadão tem tendência a considerar a informação *longe do ideal* (situando-se sempre acima dos 70 % a soma de “Má” e “Suficiente”, nas três variáveis apresentadas), este valor apresenta um decréscimo acentuado naqueles que responderam *online*.

Deve-se ter em conta que parte da população que frequenta os PAC dispõe de menos acesso à informação do que quem utiliza regularmente a Internet, procurando provavelmente informação concreta de determinado assunto sobre o qual se considera “mal informada”.

II - Selecção da informação pretendida em cada área

Após lhes ser pedido que avaliassem a informação que tinham vulgarmente disponível, foi solicitado aos inquiridos que enunciassem quais os temas, de uma lista proposta, sobre os quais pretendiam ver melhorada a informação existente, ou que achassem estar em falta.

Dado que a lista para cada um dos temas abrangia várias categorias (10 itens por cada área), para efeitos do presente relatório serão apenas enumerados os temas mais solicitados pelo público.

Quadro 2. Principais temáticas seleccionadas pelos inquiridos – **Transportes**

Transportes e Mobilidade	
Inquéritos Lojas	Operadores de Transporte (20,46%)
	Parques de Estacionamento (15,40%)
	Iniciativas/eventos (15,17%)
Inquéritos Online	Operadores de Transporte (16,65%)
	Bicicletas (13,86%)
	Percursos Pedestres (13,86%)

Existe interesse num assunto comum, neste caso a variável “Operadores de Transporte”, mas com uma diferença importante: o interesse, também, em modalidades de mobilidade sustentável (possivelmente associadas a actividades de lazer) no caso dos inquiridos *online*. É de salientar o interesse suscitado em obter informação sobre Operadores e Parques de Estacionamento por parte de quem se desloca às “Lojas”.

Quadro 3. Principais temáticas seleccionadas pelos inquiridos – **Energia**

Energia	
Inquéritos Lojas	Lâmpadas Economizadoras (14,64%)
	Água Quente Solar (14,41%)
	Energias Renováveis (14,41%)
Inquéritos Online	Utilização Racional de Energia (13,46%)
	Energias Renováveis (12,49%)
	Lâmpadas Economizadoras (10,87%)

Os pontos de interesse são relativamente semelhantes nos dois tipos de questionário, havendo uma atenção especial na economia energética.

Quadro 4. Principais temáticas seleccionadas pelos inquiridos – **Ambiente**

Ambiente	
Inquéritos Lojas	Qualidade das Águas de Abastecimento (21,90%)
	Qualidade do Ar (17,60%)
	Qualidade das Águas Balneares (14,90%)
Inquéritos Online	Qualidade das Águas de Abastecimento (12,72%)
	Qualidade do Ar (12,66%)
	Utilização Racional da Água (12,52%)

Novamente os pontos de interesse são igualmente semelhantes, existindo um enfoque particular tanto na qualidade do ar como da água, em detrimento de temas mais actuais na praça pública, como o caso dos resíduos e das alterações climáticas.

III – Formato pretendido para consulta de informação

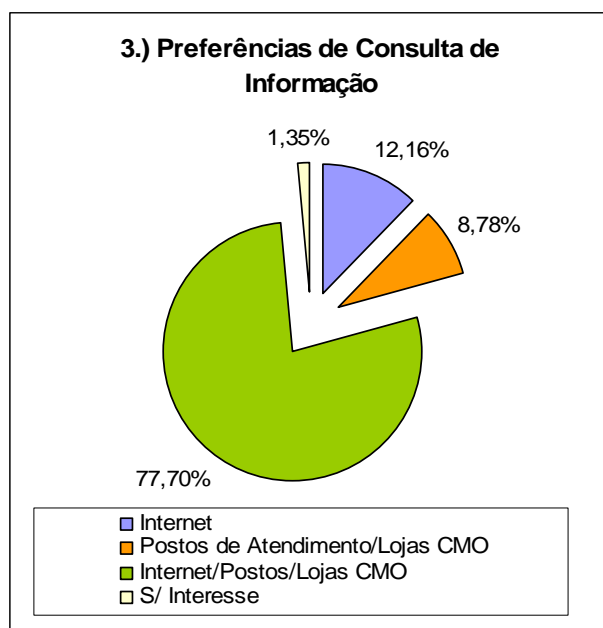
Tomando consciência da tipologia de informação pretendida pelos cidadãos, restava tentar perceber qual o formato em que preferiam vê-la disponibilizada. Estando o projecto “**CONSULTÓRIO OEINERGE**” pensado desde o início para ser implementado com uma componente *online* e uma componente física, via Postos de Atendimento ao Cidadão, importava compreender através de que meios é que a população-alvo pretendia aceder à informação, e de que forma era preferível fazer-lha chegar.

Foi colocada aos inquiridos a seguinte questão:

“Onde consultaria a informação existente?”

- a) **Somente na Internet**
- b) **Somente nos PAC**
- c) **Tanto na Internet como nos PAC**
- d) **Sem interesse em consultar a informação**

Inquiridos Lojas



Inquiridos Online

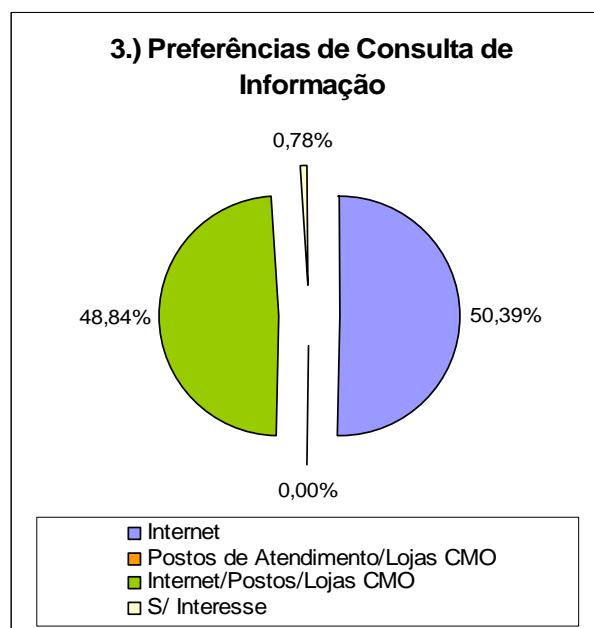


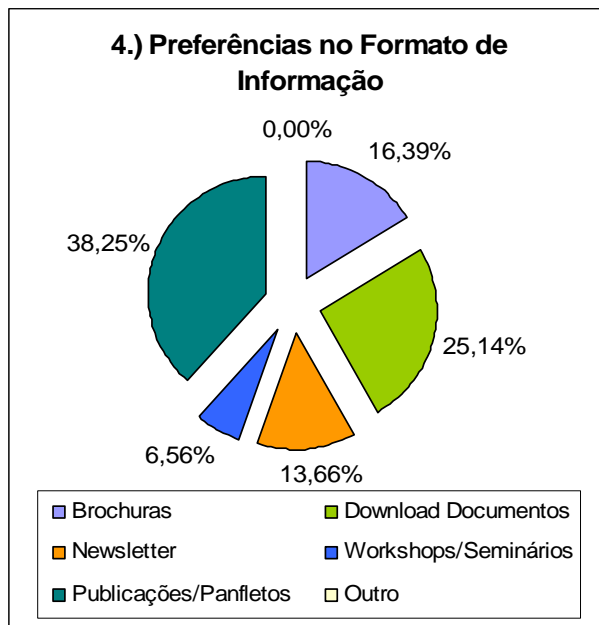
Figura 2. Respostas obtidas em relação aos meios preferidos para consulta da informação.

Foi colocada aos inquiridos a seguinte questão:

“Em que formato prefere ver a informação?”

- a) **Brochuras**
- b) **Documentos para *download* na Internet**
- c) **Newsletter**
- d) **Realização de *workshops* e seminários**
- e) **Pequenas dicas distribuídas em cartões, panfletos, publicações, outros...**
- f) **Outro**

Inquéritos Lojas



Inquéritos Online

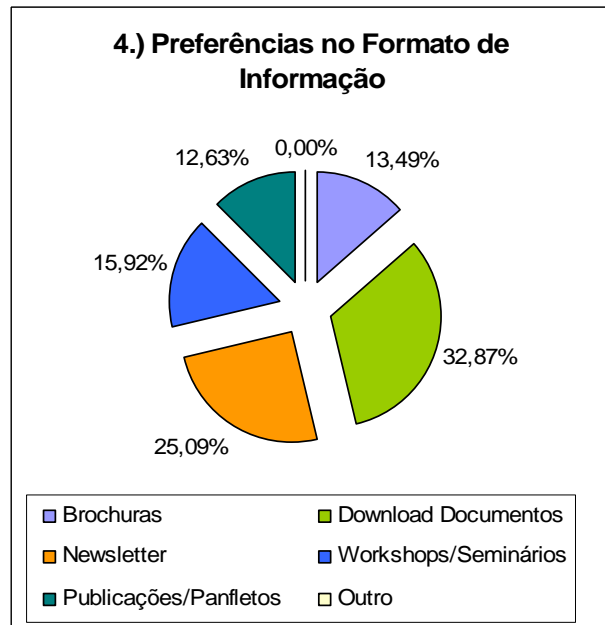


Figura 3. Respostas obtidas em relação aos meios preferidos para consulta da informação.

Analisando as duas questões em conjunto (local para consulta e formato preferido) vemos claramente uma distinção de forma, física ou não, de distribuição de informação. Enquanto que aqueles que foram inquiridos presencialmente não abdicam da possibilidade de existência e oferta de materiais *online*, preferem maioritariamente a sua informação sobre a forma de publicações em papel, algo diametralmente oposto aos questionados *online*, que preferem na sua maioria consultar a informação na Internet (variáveis "Newsletter" e "Download de Documentos")

Conclusões e Acções Seguintes

É bem visível o grau de prioridade que as pessoas colocam actualmente na Internet como veículo para obtenção de informação. Tal reforça a forte aposta que o projecto imprimiu desde início à componente *site*. No entanto, não pode ser negligenciada a população sem acesso às novas tecnologias de informação, pelo que a interacção site-lojas terá que ser alvo de cuidada atenção.

Os resultados obtidos com a realização dos inquéritos permitiram definir com precisão quais são as reais necessidades que os munícipes sentem em termos de informação para a tomada consciente de decisões no seu dia-a-dia. Indo directamente ao encontro das expectativas dos cidadãos, o "**CONSULTÓRIO OEINERGE**" implementar-se-á como uma referência no aconselhamento ao comportamento ambiental, reforçando e renovando o longo historial que o concelho tem de boas práticas de sustentabilidade.

Com base nas conclusões tiradas desta acção, na participação por parte dos parceiros angariados, e no facto de ter sido escolhida a Semana da Mobilidade para

lançamento do consultório, a OEINERGE optou por dar especial enfoque à componente “transportes e mobilidade” para esta primeira fase do projecto.

É de particular interesse constatar que na área “ambiente”, os temas que foram alvo de maior solicitação por parte da população – qualidade da água e qualidade do ar – encontram-se precisamente entre os projectos que a OEINERGE tem correntemente em desenvolvimento, nomeadamente com a realização da “Matriz da Água de Oeiras” e da “Carta da Qualidade do Ar de Oeiras”.

No seguimento do calendário previsto para o projecto, será reforçado o investimento nas componentes “energia” e “ambiente” e serão criadas as condições necessárias para uma adaptação otimizada do **“CONSULTÓRIO OEINERGE”** aos Postos de Atendimento ao Cidadão a cargo da CMO, conseguindo desta forma chegar ao máximo de munícipes possível.



Oeiras, Setembro 2007