



penelope bacchus

Promoting Energy efficiency to Local Organisations
through dissemination Partnerships in Europe
Best Actions for Collaboration in Countries
for a High efficient Use of energy in Structural funds

- [Print](#) - [Close](#) -

Campanha - Em casa, poupe energia também! -

Cidade de Pamplona (região de Navarra) - Spain

Uma campanha abrangendo 1600 trabalhadores do Município de Pamplona foi concebida e implementada pela Agência Municipal de Energia. Esta iniciativa teve por objectivo promover a eficiência energética em edifícios municipais, sendo de registar que, mesmo com um orçamento limitado, os resultados obtidos foram encorajadores.

Grupos Alvo	Sector	Domínio
- Autoridades Locais / Municípios	- Edifícios (incluindo edifícios municipais)	- Gestão da Procura de Energia - Educação e Formação

ANÁLISE

CONTEXTO

Os responsáveis pela manutenção no município de Navarra constataram a existência de vários hábitos de desperdício de energia: usualmente, muitos trabalhadores ao deixarem os gabinetes não desligavam quer os seus computadores quer as luzes. Após analisar este problema, a Agência Municipal de Energia de Pamplona chegou à conclusão que essa atitude poderia mudar e melhorar, sendo apenas necessária uma pequena alteração dos maus hábitos desses trabalhadores. Para o efeito, foi concebida uma campanha específica.

Pese embora a sua juventude (esta organização foi criada em 1998), a agência detinha já alguma experiência no domínio da eficiência energética e das energias renováveis (RES), nomeadamente: um guia sobre eficiência energética em edifícios públicos (dirigido aos responsáveis pela manutenção e aos gestores deste tipo de instalações) co-financiado pelo SAVE; cursos sobre eficiência energética para técnicos e trabalhadores das áreas de gestão urbana e conservação; e alguns projectos de demonstração, ainda em execução, no domínio das RES (solar térmico e fotovoltaico em edifícios municipais e escolas com painéis explicativos que podem ser visitados pelo público em geral).

DESCRIÇÃO DO PROJECTO

Concebida e implementada pela Agência Municipal de Energia, esta campanha arrancou em Setembro de 2001 e encontra-se actualmente em execução. O seu principal é o de economizar energia em edifícios municipais criando, nos 1600 trabalhadores do município de Pamplona, o hábito de desligar as luzes dos gabinetes e os computadores no final do dia de trabalho (o hábito de proceder à reciclagem do papel é um objectivo adicional). Numa perspectiva mais alargada, pretende-se aumentar a consciencialização dos funcionários públicos para uma gestão mais eficiente e sustentável dos recursos existentes.

Os principais critérios subjacentes ao design da campanha foram que ela deveria ser simples, flexível, sem ostentação, não dispendiosa e durável.

Os três principais elementos utilizados foram: cartas personalizadas dirigidas aos trabalhadores explicando os objectivos da campanha; pequenos autocolantes (16x3 cm) em anexo às cartas, para afixação nos ecrãs dos computadores, combinando imagens e perguntas (desligou o seu computador antes de sair?, e as luzes?, Recicla o papel?) e com uma gama de cores não excessivamente brilhantes mas o suficiente para afixação no ecrã do computador; e posters (49x34 cm) localizados áreas estratégicas dos gabinetes com a mesma informação contida nos autocolantes.



FOTOGRAFIA 1

Funcionário do Município de Pamplona no seu posto de trabalho. O autocolante afixado na parte superior do ecrã serve-lhe de estímulo permanente e recorda-lhe as questões chave da eficiência energética.



FOTOGRAFIA 2

Vista panorâmica de um dos gabinetes do Município de Pamplona. Um poster da campanha (afixado por baixo do que tem uma fotografia de um falcão) foi colocado num lugar estratégico.

CUSTOS E BENEFÍCIOS

AVALIAÇÃO EM TERMOS DE CUSTOS E BENEFÍCIOS

Embora não tenha ainda sido feita uma avaliação quantitativa desta campanha ainda em curso, já quando a analisamos sob uma perspectiva qualitativa podem-se extrair algumas conclusões interessantes. Em termos de custos, pode ser salientado o seu baixo valor; com efeito, o seu financiamento proveio de fundos públicos, via orçamento da Agência Municipal de Energia de Pamplona, e o único custo directo foi o relativo à impressão de 3000 autocolantes (com um custo de 455,16 Euros) e 125 posters (345,10 Euros). Em contrapartida, muito mais pode ser referido no que respeita aos benefícios ambientais e sociais gerados pelo projecto.

Relativamente aos benefícios ambientais e sociais (economias de energia, emissões evitadas de CO₂, poupanças de dinheiro e redução de custos) e visando quantificá-los, encontra-se actualmente em desenvolvimento um modelo e uma aplicação informática. De acordo com dados já obtidos mas ainda não tratados e com as mudanças de atitude dos trabalhadores, é expectável uma melhoria de todos os aspectos acima mencionados em comparação com a situação anterior à implementação da campanha. No que concerne aos benefícios sociais, existem dois aspectos principais para assinalar: experiência exemplar e replicação subsequente. Relativamente ao primeiro ponto, esta experiência pode ser considerada como exemplar em termos de esforços desenvolvidos pela administração pública para a redução do consumo de energia e como elemento motivador para que os outros cidadãos actuem da mesma forma. Por outro lado, esta campanha foi replicada em diferentes escalas e noutros contextos; com efeito, para além de outros municípios espanhóis terem solicitado informação e autocolantes e posters para utilização nas suas instalações, também grandes empresas como a Volkswagen Navarra S.A. (1200 computadores) e a Delphi Packard Spain fizeram uso desse material nos seus escritórios. Como consequência dos bons resultados obtidos, a primeira das empresas referidas contactou a Agência Municipal de Energia no sentido de promover futuras colaborações. Para além disso, algumas PME também ONG's manifestaram interesse nesta campanha.

PARCEIROS / PARCERIAS

PRINCIPAIS DESTINATÁRIOS, ESTRUTURAS DE COMUNICAÇÃO E REDES

Os principais destinatários desta campanha foram os 1.600 trabalhadores do Município de Pamplona. O meio de comunicação utilizado para lhes fazer chegar a mensagem/informação sobre a campanha a iniciar em Outubro foi uma carta. Esta carta, assinada pelo vereador do Ambiente e da Saúde, foi-lhes enviada juntamente com o recibo de ordenado de Setembro e nela se apresentavam os objectivos da campanha, e incluía ainda um autocolante para facilitar a adesão à campanha.

Para além da colaboração dos destinatários, a participação dos directores dos diferentes departamentos envolvidos e dos responsáveis pela manutenção dos edifícios foi fundamental para a implementação desta campanha. Os directores desempenharam um importante papel em termos de disseminação de informação nos respectivos departamentos e como elemento catalizador do processo. Por seu lado, foi de grande relevância a contribuição dos trabalhadores de manutenção dos edifícios traduzida no fornecimento de informação à Agência Municipal de Energia sobre o desenvolvimento da campanha.

Sob a forma de chamadas telefónicas, foi também realizada uma acção de avaliação dos efeitos da campanha, tendo sido registadas opiniões dos trabalhadores que felicitaram a agência pela iniciativa.

RECOMENDAÇÕES

PONTOS CHAVE

A campanha ainda está em curso (finais de 2002), pelo que pode ser prematuro avaliar os resultados. Contudo e tendo em conta as necessidades futuras, encontra-se em desenvolvimento um modelo para quantificar as economias de energia e o progresso alcançados (mais informações na secção «custos e benefícios»). No que concerne às melhorias no domínio da reciclagem de papel, está em curso uma avaliação.

Apesar de tudo, parece ter ocorrido uma mudança em termos de “maus hábitos”. De acordo com os trabalhadores da manutenção de edifícios, foram registadas diferenças significativas na situação antes e depois da implementação desta campanha. Adicionalmente, a agência recebeu chamadas telefónicas de trabalhadores municipais que classificavam a campanha como uma iniciativa muito positiva.

Em termos gerais, a Agência Municipal constatou que as pessoas estavam altamente motivadas, que atribuíam muita importância à campanha e levavam-na a sério (já que procediam da mesma forma nas suas casas). Por outro lado, fica-se com a sensação que, com um estímulo apropriado, mesmo as pessoas que não estejam cientes da problemática da energia, reagem de forma positiva e estão disponíveis para colaborar. Finalmente, e dadas as características desta campanha (essencialmente simplicidade), a sua replicação em outras escalas parece ser fácil tendo em conta os resultados positivos e encorajadores obtidos.

PARA MAIS INFORMAÇÃO

Name organisation: [Municipal Energy Agency of Pamplona \(Agencia Energética Municipal de Pamplona\)](#)

Phone number : [+ 34 948 22 95 72](#)

E-mail : j.elizalde@ayto-pamplona.es

Website : <http://>

Name organisation: [IDAE](#)

Phone number : [+ 34 91 456 50 24](#)

E-mail : iblanco@idae.es

Website : <http://www.idae.es>

INFORMAÇÃO ÚTIL

List of Publications

- SAVING ENERGY WE ALL WIN (AHORRANDO ENERGÍA GANAMOS TODOS) /	Difusión Publicidad /	Publicidad/Municipal Energy Agency of Pamplona with the support of the SAVE Programme and the Government of Navarra /	1999
- TECHNICAL GUIDE ON ENERGY (GUÍA TÉCNICA SOBRE ENERGÍA) /	Difusión Publicidad /	/ Municipal Energy Agency of Pamplona with the support of the Government of Navarra /	2000
- ENERGY SAVING IN PUBLIC BUILDINGS GUIDE (GUÍA DE AHORRO ENERGÉTICO PARA EDIFICIOS PÚBLICOS) /	Difusión Publicidad /	Municipal Energy Agency of Pamplona with the support of the SAVE Programme and the Government of Navarra /	2000

ESTE CASO FOI ELABORADO POR

[back to top](#) ▲

Penelope Project Good Practice Database
© Energie-Cités 2001 - 2002 / [Webmaster](#)

