



FÓRUM NACIONAL ÁLCOOL E SAÚDE

FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO

TÍTULO DO CAMPO	
Data de submissão	30 de Abril de 2014
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED)
TÍTULO DO COMPROMISSO	Divulgação e sensibilização em contexto comercial
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	<p>Colaboração na divulgação de campanhas de sensibilização desenvolvidas pelo SICAD, pelo FNAS ou por entidades representadas no FNAS</p> <p>Publicação na Revista STORE, em data a definir, de dois artigos relacionados com o consumo de álcool e os efeitos nocivos do consumo abusivo de bebidas alcoólicas ou, em alternativa, outros temas considerados oportunos de comunicar pelo FNAS e pela APED</p> <p>Partilhar dados do mercado (de que dispõe) aquando da solicitação por parte do FNAS</p>
PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*	
Último nome / Primeiro nome	Mónica Ventosa
Função na organização	Coordenadora da Área Alimentar, Saúde e Bem-estar
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	R. Alexandre Herculano nº 23 r/c, 1250-008 Lisboa
E-mail	monica.ventosa@aped.pt
INFORMAÇÃO RESPEITANTE AO CO-RESPONSÁVEL DO COMPROMISSO NO FÓRUM - assinalar com (X) as que não forem membros do Fórum	
Nome da(s) Instituição(ões) :	
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*	
Data de início	Junho 2014
Data do final	Dezembro 2016
Data prevista para o relatório intermédio	Outubro 2015
Data prevista para o relatório final	Janeiro 2017
Atividades do compromisso	<p>Atividade 1: Apresentação de campanhas de sensibilização desenvolvidas pelo SICAD, FNAS e/ou entidades representadas no FNAS.</p> <p>De acordo com o tipo de campanha será definido o meio de divulgação mais adequado (Ex. cartaz, flyer, site, som de loja, revista do sector, etc.</p> <p>Atividade 2: Publicação de dois artigos na Revista STORE (recolha e tratamento de dados para publicação).</p> <p>Atividade 3: Partilha de dados do setor (comercialização de bebidas alcoólicas) mediante solicitação do FNAS.</p>

Tipo de atividades do compromisso:	1. Informação ao consumidor (Inf)	<input checked="" type="checkbox"/>
	2. Atividades no âmbito dos <i>media (M)</i> (Revista STORE)	<input checked="" type="checkbox"/>
	3. Sessões de Sensibilização (S)	<input type="checkbox"/>
	4. Programas de Intervenção Continuada (P)	<input type="checkbox"/>
	5. Formação (Form)	<input type="checkbox"/>
	6. Investigação/Produção Científica (Inv)	<input type="checkbox"/>
	7. Comunicação comercial (C)	<input type="checkbox"/>
	8. Aconselhamento (A)	<input type="checkbox"/>
	9. Tratamento (T)	<input type="checkbox"/>
	10. Fiscalização (F)	<input type="checkbox"/>
	11. Outros (O) -	<input checked="" type="checkbox"/>
Grupo Alvo (colocar uma cruz no grupo alvo e clarificar as ações que lhe são dirigidas <u>colocando o número</u> das mesmas à frente do grupo)	1. Sem Grupo Alvo definido	Atv. 1 e 3
	2. Mulheres Gravidas	
	3. Crianças até aos 9 anos	
	4. Pré-adolescência e Adolescência	
	5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos	
	6. Adultos 25 e os 64	
	7. Adultos acima dos 65	
	8. Trabalhadores (contexto laboral)	
	9. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)	
	10. Pessoas com PLA	
	11. Outros. Quais? Público da Revista STORE (profissionais)	Atv 2
Contexto de Intervenção	1. Ambiental	
	2. Comercial	<input checked="" type="checkbox"/>
	3. Comunitário	
	4. Desportivo	
	5. Escolar	
	6. Familiar	
	7. Laboral	
	8. Recreativo	
	9. Rodoviário	
	10. Saúde	
	11. Universitário	
	12. Virtual	
	13. Outro. Qual?	
Âmbito do compromisso *	Nacional	
INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*		
Objetivos *	Contribuir para o aumento da sensibilidade do consumidor para os efeitos nocivos do consumo abusivo de álcool.	

Relevância *	Com este compromisso a APED pretende alertar para o efeito nocivo do consumo abusivo de álcool, no âmbito de qualquer das metas do PNRCAD.	
Indicadores de Input (recursos disponíveis para o compromisso) *		
Número de interventores	Ainda não é possível quantificar	
Tempo	De Intervenção	De Junho de 2014 a Dezembro de 2016
	Por ação	Não existe um tempo definido por acção.
	Regularidade	A actividade 2 resultará em duas publicações no período de intervenção definido. As restantes actividades não têm uma regularidade definida.
Custos	Não é possível quantificar	
Outros. Quais?		
Indicadores de Output alcançados / esperados *		
Número de pessoas abrangidas	A tiragem da revista STORE é de 2500 exemplares. Esta é complementada pela <i>newsletter</i> . Não é possível antecipar uma estimativa para a act. nº 1 uma vez que depende de terceiros e do formato de comunicação que na altura se considerar oportuno.	
Número de pessoas no grupo alvo	Não é possível antecipar uma estimativa para a act. nº 1 uma vez que depende de terceiros e do formato de comunicação que na altura se considerar oportuno. A actividade n.º 2 corresponderá ao universo de leitores da revista Store e da respetiva <i>newsletter</i> .	
Número de participantes nas diferentes atividades	Não é possível antecipar	
Visitantes do website	Não está previsto	
Número de produtos	2 artigos para a atividade 2.	
Número de panfletos	Não está previsto	
Outros. Quais?		
Indicadores de resultado e de impacto *		
Curto/médio/longo prazo/outros	Poderemos ter os seguintes indicadores. Nº de campanhas divulgadas Nº de associados da APED que aderem à divulgação Nº de parceiros FNAS envolvidos nas campanhas Nº de estabelecimentos em que a divulgação ocorre Nº de pessoas que são abrangidas pela divulgação Nº de artigos publicados Nº de solicitações de dados do sector Esta lista não é fechada e não significa que todos os indicadores venham a ser utilizados.	
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar		
Instrumentos (Questionários, planeamentos, ...)	De avaliação de processo	Não está prevista avaliação
	De avaliação de resultados	Não está prevista avaliação
Avaliação pré e pós intervenção	SIM <input type="checkbox"/>	Não <input checked="" type="checkbox"/>
Existência de Grupo Controlo	SIM <input type="checkbox"/>	Não <input checked="" type="checkbox"/>
Estudos aleatórios		
Entrevistas estruturadas		
Questionários/sondagens		
Outros. Quais?		
Uso de avaliadores externos		
Uso de avaliadores internos		

Nota final: Toda a informação prestada é verídica e da inteira responsabilidade da entidade que inscreve o respectivo compromisso.