



FÓRUM NACIONAL ÁLCOOL E SAÚDE

FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO

TÍTULO DO CAMPO		Avaliação
Data de submissão	18 Dezembro 2014	
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	CLUBE CRIATIVOS DE PORTUGAL	
TÍTULO DO COMPROMISSO	CONCURSO JOVENS CRIATIVOS – CAMPANHA SENSIBILIZAÇÃO	
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	<p>Criação de um concurso para jovens criativos com o intuito de realizar uma campanha de publicidade que corresponda às necessidades de comunicação do SICAD/ FNAS</p> <p>Este concurso deve ser dirigido a criativos até aos 28 anos de idade. Concurso terá um Júri composto por sócios do CCP, um elemento do SICAD e um elemento do ICAP.</p> <p>Os concorrentes vão poder criar uma Campanha de Publicidade não só direcionada à imprensa, como poderão propor vários formatos de comunicação.</p> <p>O trabalho premiado pertencerá ao SICAD para difusão, e deverá ser entregue em formato editável, será o ICAP a desenvolver a produção e divulgação da campanha de Comunicação Vencedora.</p>	
PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*		
Último nome / Primeiro nome	SUSANA NASCIMENTO	
Função na organização	COORDENADORA GERAL	
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	Rua D. Luis I nº 20 D - 1200-151 Lisboa	
E-mail	Susana.nascimento@clubecriativos.com	
INFORMAÇÃO RESPEITANTE AO CO-RESPONSÁVEL DO COMPROMISSO NO FÓRUM - assinalar com (X) as que não forem membros do Fórum		
Nome da(s) Instituição(ões) :	SICAD	
	ICAP	
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*		
Data de início	Fevereiro 2015	
Data do final	Maior 2016	
Data prevista para o relatório intermédio	Dezembro 2015	
Data prevista para o relatório final	Junho 2016	
Atividades do compromisso	Atividade 1 - FEVEREIRO 2015 / 2016 - Criação de um Concurso dirigido a Jovens Criativos; preparação de Briefing de Campanha SICAD baseado no tema a designar pelo SICAD e criação de um Regulamento;	
	Atividade 2 - FEVEREIRO 2015 / 2016 - Lançamento Concurso / Divulgação – Comunicação Social / Site SICAD / Site CCP e apoio de comunicação facebook do Clube de Criativos de Portugal com mais de 35.000 seguidores.	
	Atividade 3 - MARÇO e ABRIL 2015 / 2016 - Receção e avaliação dos trabalhos a concurso.	
	Atividade 4 - MAIO 2015 / 2016 Divulgação do premiado, durante semana criativa do CCP. Entrega de trabalho ao SICAD pelo premiado.	

Tipo de atividades do compromisso:	1. Informação ao consumidor (Inf)			
	2. Atividades no âmbito dos <i>media</i> (M)		X	
	3. Sessões de Sensibilização (S)			
	4. Programas de Intervenção Continuada (P)			
	5. Formação (Form)			
	6. Investigação/Produção Científica (Inv)			
	7. Comunicação comercial (C)			
	8. Aconselhamento (A)			
	9. Tratamento (T)			
	10. Fiscalização (F)			
	11. Outros (O)			
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.		
	2. Mulheres Gravidas	Atv.		
	3. Crianças até aos 9 anos	Atv.		
	4. Pré-adolescência e Adolescência	Atv.		
	5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos	Atv.		
	6. Adultos 25 e os 64	Atv.		
	7. Adultos acima dos 65	Atv.		
	8. Trabalhadores (contexto laboral)	Atv.		
	9. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)	Atv. 1,2,3,4		
	10. Pessoas com PLA	Atv.		
	11. Outros. Quais? _____	Atv.		
Contexto de Intervenção	1. Ambiental			
	2. Comercial			
	3. Comunitário		X	
	4. Desportivo			
	5. Escolar			
	6. Familiar			
	7. Laboral			
	8. Recreativo			
	9. Rodoviário			
	10. Saúde			
	11. Universitário			
	12. Virtual			
	13. Outro. Qual? Marketing Social		X	
Âmbito do compromisso *	Nacional			
INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*				

Objetivos *	Criação de uma campanha de Sensibilização dentro dos parâmetros a definir em conjunto com o SICAD e o ICAP	
Relevância *	Metas de 1 a 8	
Indicadores de <i>Input</i> (recursos disponíveis para o compromisso) *		
Número de intervenores	7 pessoas	
Tempo	De Intervenção	2 anos
	Por ação	Ação 1 = 1 mês Ação 2 = 1 mês Ação 3 = 1 mês Ação 4 = 1 semana
	Regularidade	anual
Custos	Estimados: 500€ (quinhentos euros) para campanha lançamento / 1.000€ (mil euros) prémio	
Outros. Quais?		
Indicadores de <i>Output</i> alcançados / esperados *		
Número de pessoas abrangidas	A avaliar numero de inscrições no final da ação	
Número de pessoas no grupo alvo	Totalidade de jovens criativos portugueses a comunicar	
Número de participantes nas diferentes atividades	A definir	
Visitantes do website	Cerca de 30.000	
Número de produtos	1 campanha por ano x 2 anos	
Número de panfletos		
Outros. Quais?		
Indicadores de resultado e de impacto *		
Curto/médio/longo prazo/outros	A avaliar pelo numero de visitantes ao site, e ao evento a criar no Facebook, o nº de participantes, nº de trabalhos apresentados. Numero participantes no evento festival CCP / Entrega de prémio. Avaliação de numero de "likes" e numero de visualizações ao trabalho premiado que será também publicado no Facebook e o site do Clube de Criativos de Portugal.	
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar		
Instrumentos (Questionários, planeamentos, ...)	Parâmetros de processo a avaliar	Sim. Clareza da informação e acessibilidade ao concurso, e conhecimentos sobre tema do álcool para a concretização do trabalho.
	Parâmetros de resultados a avaliar	
Métodos de Avaliação pré e pós intervenção	Não	
Existência de Grupo Controlo	Não	
Estudos aleatórios		
Entrevistas estruturadas		
Questionários/sondagens nos media		
Outros. Quais?		
Uso de avaliadores externos		
Uso de avaliadores internos	Direção do CCP mediante produção de relatório	

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