

FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO



Fórum Nacional Álcool e Saúde

TÍTULO DO CAMPO		AValiação
Data de submissão	Abril 2017	
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	Administração Regional de Lisboa e Vale do Tejo(ARSLVT) - Divisão de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e Dependências (DICAD) – Equipa de Prevenção do CRI Lisboa Ocidental.	
TÍTULO DO COMPROMISSO	Projeto de apoio ao comércio e serviços -Venda Responsável de álcool no comércio e serviços	
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	<p>No âmbito do trabalho realizado na área da prevenção do consumo de álcool e de outras substâncias psicoativas em contexto escolar e em contexto comunitário na zona de Sintra, realizado pela equipa de Prevenção do CRI Lisboa Ocidental da Divisão de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e Dependências (DICAD) da ARSLVT, tem-se verificado a necessidade de intervir junto dos comerciantes locais (donos de cafés, bares, mercearias, minimercados, supermercados, etc.) cujo estabelecimento inclui a venda de álcool.</p> <p>Esta necessidade emerge, por um lado, da necessidade de clarificar a informação sobre a alteração da legislação associada ao álcool que ocorreu em 2015 (Decreto-Lei 106/2015 de 16 de Junho) relativamente à venda de álcool a menores de 18 anos; por outro lado, pela perceção de que na proximidade de escolas ou em determinados contextos comunitários se verificam situações de uso/abuso de álcool por parte de jovens (maiores e menores de 18 anos), bem como situações de conflito e outras ocorrências associadas a uso/abuso de álcool.</p> <p>Muitos estudos têm identificado os benefícios de envolver os comerciantes locais cujos estabelecimentos vendem álcool em intervenções preventivas, nomeadamente pelas seguintes razões:</p> <ul style="list-style-type: none">• Tem sido demonstrado que estas intervenções têm impacto ao nível de redução dos crimes violentos e acidentes de trânsito (STAD, 2004)• Donos de locais de venda de álcool e empregados que receberam formação para praticar serviço de venda responsável de álcool são menos propensos a vender bebidas alcoólicas a menores de idade, do que os que não fizeram formação neste âmbito;• O serviço de venda responsável de álcool pode aumentar a verificação da idade dos compradores e reduzir a venda de bebidas alcoólicas a menores de idade ou a pessoas intoxicadas (Saltz, 1997a; Toomey et al, 2001). <p>Com esta visão foi realizado, no ano de 2015 e 2016, um projeto piloto que reuniu como entidades parceiras a Câmara Municipal de Sintra, a PSP - Divisão Policial de Sintra – Secção de Policiamento de Proximidade, a GNR - Secção de Programas Especiais do Destacamento Territorial de Sintra e a Associação Empresarial de Sintra e teve o contributo, na fase inicial da ACAS – Associação Luso Caboverdiana para o Desenvolvimento).</p> <p>O projeto realizou as seguintes actividades: 1) Levantamento de locais de venda de álcool para consumo (direto ou indireto - cafés, mercearias, supermercados, etc.) em proximidade de estabelecimentos escolares do 3º ciclo e secundário nas freguesias de Algueirão-Mem Martins, Rio de Mouro, Sintra e Colares; 2) Elaboração de um desdobrável informativo a ser entregue</p>	

	<p>aos comerciantes; 3) Elaboração de um guião orientador do diálogo com os comerciantes, a ser utilizado nas visitas/ações de sensibilização, para garantir uma abordagem o mais homogénea possível; 4) Elaboração de tabela de registo de visitas/ações de sensibilização aos comerciantes, com os indicadores conhecimento da lei, afixação devida dos avisos previstos na lei e disponibilidade para participar em formação no tema da venda responsável.</p> <p>5) Foram realizadas 66 visitas a estabelecimento comerciais com venda de álcool; 6) Foi realizada uma ação de formação/sensibilização na Associação Empresarial de Sintra, integrada no âmbito das suas ações de formação regulares. Compareceram 12 comerciantes; 7) Realizadas segundas visitas aos estabelecimentos comerciais, no sentido de reforçar a mensagem e avaliar mudança nos indicadores registados, em Novembro de 2016.</p> <p>Tendo sido considerada a importância de dar continuidade a este projecto e pertinente o alargamento a outras freguesias do concelho de Sintra, decidiram os parceiros propor o projeto ao Forum Nacional Álcool e Saúde.</p>	
PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*		
Último nome / Primeiro nome	Prata/Isabel-Coordenadora da Equipa de Prevenção do CRI Lisboa Ocidental; Pinto/Susana- Técnica na Equipa de Prevenção no Concelho de Sintra; Frazão/Carla-Responsável Regional da Área da Prevenção da DICAD da ARSLVT;	
Endereço/Código Postal/ Cidade	Praceta 25 de Abril de 1974, n.º 33 A Aqualva 2735 -181 Cacém	
E-mail	isabel.prata@arslvt.min-saude.pt ; carla.frazao@arslvt.min-saude.pt ; susana.s.pinto@arslvt.min-saude.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)	Associação Empresarial do Concelho de Sintra (X) Câmara Municipal de Sintra – Divisão de Saúde e Acção Social (X) PSP – Divisão Policial de Sintra – Secção de Policiamento de Proximidade (X) GNR - Secção de Programas Especiais do Destacamento Territorial de Sintra (X)	
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*		
Data de início	Janeiro de 2017	
Data do final	Dezembro de 2017	
Atividades do compromisso <i>(aumentar o número de linhas em função do número de atividades diferentes previstas)</i>	<p>Atividade 1 – Planeamento da Intervenção</p> <p>a) Reunião das Entidades Parceiras para planeamento das novas áreas a abranger</p> <p>b) Levantamento de locais de venda de álcool para consumo (direto ou indireto - cafés, mercearias, supermercados, etc.) a envolver nas áreas definidas (os que se localizarem próximo de escolas do 3º ciclo e secundárias)</p> <p>Diagnóstico e preparação das sessões de sensibilização aos comerciantes cujos estabelecimentos vendem álcool. Organizar datas, tempos e conteúdos das ações de sensibilização/visitas. Divulgar junto dos técnicos e agentes que realizarão as visitas o guião orientador do diálogo com os comerciantes para haver uma abordagem o mais homogénea possível, nas visitas.</p> <p>Atividade 2 – Intervenção (Visitas) aos estabelecimentos de comércio junto às escolas locais previamente definidos.</p> <p>a) Reformulação da tabela de registo das informações recolhidas durante as visitas, de acordo com o feedback do trabalho realizado em 2015 e 2016</p>	

b) Preparação do circuito das visitas aos estabelecimentos, constituição das equipas de intervenção no terreno.

Registo da informação recolhida durante as visitas e avaliação e monitorização da mesma.

NA DIVERSÃO E NO RISCO EXISTEM LIMITES!

VAMOS TRABALHAR EM CONJUNTO NA PROMOÇÃO DA VENDA RESPONSÁVEL DE ÁLCOOL

CONTACTOS:

<p>AGAS - Associação Lusa Cabo/Vendeiro de Sintra Telefone: 21 272 21 71 Email: info@agasintra.com Avenida 1001, 1001-202, Quinta do Vale F, Sintra, Sintra, 2750-100, Portugal</p> <p>Câmara Municipal de Sintra Telefone: 21 272 21 00 01 Email: geral@cm-sintra.pt Avenida 24 de Junho, 2750-100, Sintra</p> <p>PSF - Divisão Policial de Sintra Telefone: 21 272 21 00 02 Email: geral@psf-sintra.pt Avenida 24 de Junho, 2750-100, Sintra</p>	<p>Estado de Prevenção do CE Trabalho Ocidentais da DGDAD-AESLV Telefone: 21 272 21 00 03 Email: geral@ce-trabalho-ocidental.pt Avenida 24 de Junho, 2750-100, Sintra</p> <p>Associação Empresarial do Concelho de Sintra Telefone: 21 272 21 00 04 Email: geral@aesintra.com Avenida 24 de Junho, 2750-100, Sintra</p> <p>GNR - Desdobramento Territorial da GNR de Sintra Telefone: 21 272 21 00 05 Email: geral@gnr-sintra.pt Avenida 24 de Junho, 2750-100, Sintra</p>
---	---

APOIO À VENDA RESPONSÁVEL DE ÁLCOOL



PROJETO DE APOIO AO COMÉRCIO E SERVIÇOS CONCELHO DE SINTRA



VENDA RESPONSÁVEL - O QUE É?

São as ações que o empresário deve fazer como parte do seu trabalho para obedecer à lei e as corretas atitudes que deve tomar ao conduzir o negócio de modo a ter impacto positivo na sua comunidade.

COMO AJUDAR?

1) Ter uma atitude pedagógica com os jovens
 2) Fazer cumprir a lei
 3) Afixar avisos com mensagens sobre a lei

VANTAGENS DA VENDA RESPONSÁVEL

Ao impedir o acesso ao álcool de adolescentes com menos de 18 anos estará a ser um agente de prevenção e de promoção da saúde.

Será reconhecido como um empresário socialmente responsável pelos clientes e pelos agentes da comunidade.

Podrá melhorar o ambiente social do seu estabelecimento e atrair diferentes clientes.

Evitará penalizações em caso de fiscalização por parte das entidades competentes.

ÁLCOOL - LEGISLAÇÃO RELEVANTE

Decreto-lei nº 106/2015, 16 de junho

A venda de bebidas alcoólicas é proibida a jovens menores de 18 anos.

É também proibido vender bebidas alcoólicas a quem se apresente notoriamente embriagado ou aparente possuir anomalia psíquica.

DICAS PARA PRATICAR A VENDA RESPONSÁVEL

- 1. Informar os clientes sobre a lei**
A afixação dos avisos obrigatórios previstos na lei constitui uma informação clara e direta para o cliente.
- 2. Pedir identificação**
Deve ser feita sempre que tiver dúvidas sobre a idade do cliente.
- 3. Saber recusar a venda**
É possível aprender e treinar formas assertivas de recusar a venda. Por exemplo referir-se à lei faz com que a questão se torne legal e não pessoal. Por outro lado dizer não, firmemente, sem hesitações e com um tom de voz calmo, é eficaz.
- 4. Ter um plano para lidar com situações de pressão insistente para a venda**
É importante ter um plano para situações em que o cliente pressione insistentemente. Pode ser chamar alguém mais responsável ou mesmo chamar a autoridade policial.

AQUI PRATICAMOS A VENDA RESPONSÁVEL DE ÁLCOOL



Exemplo

PODE INTERESSAR:

- O álcool é a substância psicoativa mais consumida em Portugal.
- O corpo dos jovens está em transformação: até aos 21 anos o fígado não está preparado para eliminar o álcool sem fazer estragos no organismo e até aos 25 anos o cérebro está ainda a desenvolver-se.
- Muitas pessoas pensam que beber ajuda a divertir e desinibir, mas na realidade o álcool é, sobretudo, um depressor do sistema nervoso central. Quando a pessoa dá por si sente-se meio adormecida, a pensar pouco e não se vai lembrar de nada do que fez!
- O álcool tem um efeito amnésico que pode resultar na perda de noção do que se passa com a pessoa e à sua volta.

www.sicad.pt
www.cm-sintra.pt
www.aesintra.com
www.arslv.minsauade.pt

Atividade 3 – Ação de sensibilização/formação sobre venda responsável aos comerciantes; propõe-se que esta ação seja integrada num painel multitemático do ciclo de formação anual da Associação Empresarial de Sintra, procurando desta forma promover/aumentar a probabilidade de adesão dos comerciantes.

Ação de sensibilização/informação:

Objetivos:

1. Informar e sensibilizar os proprietários e colaboradores dos estabelecimentos comerciais sobre as vantagens e necessidade da venda responsável de álcool;
2. Informar sobre a legislação relacionada com a venda e consumo de álcool;

	<p>3. Sensibilizar os comerciantes para serem parceiros na prevenção e promoção da saúde dos jovens, em parceria com outras instituições da comunidade social;</p> <p>4. Criação de um compromisso por parte dos comerciantes presentes para a venda responsável de álcool.</p> <p><u>Conteúdos a abordar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Venda responsável o que é? ➤ Porque é importante regular a venda de álcool? ➤ Breve abordagem à legislação em vigor. ➤ O consumo de álcool pelos jovens ➤ Os comerciantes como parceiros/agentes da prevenção ➤ Situações práticas dos participantes e estratégias utilizadas. ➤ Estratégias para a venda responsável de álcool. 																							
	<p>Atividade 4 - Avaliação da Intervenção e Reavaliação da continuidade do Compromisso:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Reunião de avaliação das atividades realizadas. b) Análise de dados dos instrumentos e procedimentos de monitorização, registo e de avaliação aplicados no decorrer da formação e da intervenção; c) Produção de Relatório Intermédio e/ou Final em conjunto com os parceiros. 																							
	<p>Atividade 5 – Elaborar informações/notícias sobre o decurso e avaliação do projeto, para divulgação através de meios de comunicação ao alcance dos parceiros, nomeadamente o Jornal Economia Local da Associação Empresarial de Sintra e a Newsletter da ARSLVT, entre outros.</p>																							
<p>Tipo de atividades do compromisso</p>	<table border="0"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>1. Informação ao consumidor (Inf)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>2. Atividades no âmbito dos media (M)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>3. Sessões de Sensibilização (S)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>4. Programas de Intervenção Continuada (P)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>5. Formação (Form)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>6. Investigação/Produção Científica (Inv)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>7. Comunicação comercial (C)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>8. Aconselhamento (A)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>9. Tratamento (T)</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>10. Fiscalização (F)</td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>11. Outros (O) – Intervenção de proximidade</td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>	1. Informação ao consumidor (Inf)	<input checked="" type="checkbox"/>	2. Atividades no âmbito dos media (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	3. Sessões de Sensibilização (S)	<input type="checkbox"/>	4. Programas de Intervenção Continuada (P)	<input checked="" type="checkbox"/>	5. Formação (Form)	<input type="checkbox"/>	6. Investigação/Produção Científica (Inv)	<input type="checkbox"/>	7. Comunicação comercial (C)	<input checked="" type="checkbox"/>	8. Aconselhamento (A)	<input type="checkbox"/>	9. Tratamento (T)	<input type="checkbox"/>	10. Fiscalização (F)	<input checked="" type="checkbox"/>	11. Outros (O) – Intervenção de proximidade	
<input type="checkbox"/>	1. Informação ao consumidor (Inf)																							
<input checked="" type="checkbox"/>	2. Atividades no âmbito dos media (M)																							
<input checked="" type="checkbox"/>	3. Sessões de Sensibilização (S)																							
<input type="checkbox"/>	4. Programas de Intervenção Continuada (P)																							
<input checked="" type="checkbox"/>	5. Formação (Form)																							
<input type="checkbox"/>	6. Investigação/Produção Científica (Inv)																							
<input type="checkbox"/>	7. Comunicação comercial (C)																							
<input checked="" type="checkbox"/>	8. Aconselhamento (A)																							
<input type="checkbox"/>	9. Tratamento (T)																							
<input type="checkbox"/>	10. Fiscalização (F)																							
<input checked="" type="checkbox"/>	11. Outros (O) – Intervenção de proximidade																							
<p>Grupo Alvo</p> <p><i>(colocar uma cruz no grupo alvo e clarificar as ações que lhe são dirigidas colocando o número das</i></p>	<table border="1"> <tr> <td>1. Sem Grupo Alvo definido</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>2. Mulheres Gravidas</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>3. Crianças até aos 9 anos</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>4. Pré-adolescência e Adolescência</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>6. Adultos 25 e os 64</td> <td>Atv.</td> </tr> </table>	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.											
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.																							

<i>mesmas à frente do grupo)</i>	7. Adultos acima dos 65	Atv.	
	8. Trabalhadores (contexto laboral)	Atv.	
	9. Famílias	Atv.	
	10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)	Atv.	
	11. Pessoas com PLA	Atv.	
	12. Outros. Quais? Comerciantes/ empresários e colaboradores dos estabelecimentos de venda de álcool, situados na proximidade de escolas ou referenciados por ter como clientes jovens estudantes.	Atv. 2,3 e 5	
Contexto de Intervenção	<input checked="" type="checkbox"/> 1. Ambiental <input checked="" type="checkbox"/> 2. Comercial <input checked="" type="checkbox"/> 3. Comunitário <input type="checkbox"/> 4. Desportivo <input type="checkbox"/> 5. Escolar <input type="checkbox"/> 6. Familiar <input type="checkbox"/> 7. Laboral <input type="checkbox"/> 8. Recreativo <input type="checkbox"/> 9. Rodoviário <input type="checkbox"/> 10. Saúde <input type="checkbox"/> 11. Universitário <input type="checkbox"/> 12. Virtual <input type="checkbox"/> 13. Outro. Qual _____		
Âmbito do compromisso *	Local, essencialmente nas freguesias de Algueirão-Mem-Martins, Rio de Mouro e outras zonas do concelho de Sintra		
INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*			
Objetivos *	Sensibilizar e informar os comerciantes sobre a temática da venda responsável com o intuito de aumentar a verificação da idade dos compradores e reduzir a venda de bebidas alcoólicas a menores de idade.		
Metas do Plano visadas *	1 – Reduzir a facilidade percebida de acesso aos diferentes tipos de bebidas alcoólicas, <u>em estudantes de 13-17 anos.</u> 13 – Garantir que a disponibilização, venda e consumo de substâncias lícitas no mercado, seja feita de forma segura e não indutora de uso/consumo nocivo, através da informação de legislação, regulamentação e fiscalização adequadas.		
Indicadores de Input (recursos disponíveis para o compromisso) *			
Número de interventores	3 técnicos da área da saúde da área da prevenção do CRI Lisboa Ocidental da DICAD 1 técnico da Câmara Municipal 4 técnicos da Associação Empresarial de Sintra 8 agentes da PSP/GNR		
Tempo	De Intervenção	Janeiro de 2017 a Dezembro de 2017	
	Por ação	Atividade 1 – Aproximadamente 12 horas de reuniões	

		<p>para planeamento.</p> <p>Atividade 2 – Em média, 3 horas por visita. Sendo que em cada visita contactamos em média 7 estabelecimentos.</p> <p>Atividade 3 – Ação de sensibilização/formação aos comerciantes 4 h.</p> <p>Atividade 4 – Avaliação, monitorização e produção de relatórios: 25 horas</p> <p>Atividade 5 – Elaboração de informações/notícias para divulgação: 4 horas</p>	
	Regularidade	Regularidade variável, com agendamento prévio entre os técnicos	
Custos	<p>Os necessários à execução da atividade, inerentes a:</p> <p>a) Recursos humanos (ex.: preço hora por categoria profissional dos técnicos em causa; deslocações aos locais de estabelecimentos de venda de álcool);</p> <p>b) Materiais (ex.: impressão de flyers)</p>		
Outros. Quais?			
Indicadores de Output alcançados / esperados *			
Número de pessoas abrangidas	<p>Atividade 1 – 11 técnicos</p> <p>Atividade 2 – 11 técnicos + 67 comerciantes</p> <p>Atividade 3 – 3 técnicos + 10 comerciantes.</p> <p>Atividade 4 – 7 técnicos</p> <p>Atividade 5 – 11 técnicos + não é possível contabilizar n.º de leitores da notícia, pelo menos 100 pessoas</p>	<p>De que universo</p> <p>Atividade 2 – 67 em 100</p> <p>Actividade 3 - 10 em 67</p>	
Visitantes do website	Não se aplica		
Número de produtos	<p>1 relatório (final)</p> <p>2 artigos (Jornal da Associação Empresarial de Sintra)</p>		
Número de desdobráveis	Entrega de 1 Panfleto/flyer por estabelecimento/vendedores: 1000 exemplares		
Outros. Quais?			
Indicadores de resultado e de impacto *			
Curto / médio / longo prazo / outros	<p>Avaliação de curto prazo: a</p> <ul style="list-style-type: none"> garantir que 90% dos estabelecimentos visitados têm conhecimento da legislação atual sobre a venda e consumo de álcool. aumentar em 15% o n.º estabelecimentos visitados que passaram a cumprir a lei no que respeita à afixação de avisos actualizado; <p>Avaliação a médio prazo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Aumentar em 10% a participação de comerciantes em ações de sensibilização sobre venda responsável; Promover a adesão dos comerciantes do concelho de Sintra a um compromisso sobre a venda responsável de álcool, garantindo que pelo menos 10 comércio assinam o compromisso.. 		

Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar		
Instrumentos (Questionários, planeamentos, ...)	Parâmetros a avaliar no processo	Sim (atividade 4)
	Parâmetros a avaliar de resultados	Sim (ficha de registo das visitas realizadas)
Métodos de Avaliação pré e pós intervenção	SIM <input checked="" type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>	
Existência de Grupo Controlo	SIM <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/>	
Outras estratégias de avaliação (quais?)	Prevê-se questionar os comerciantes sobre a utilidade do projeto	
Uso de avaliadores externos		
Uso de avaliadores internos	Sim	