



TÍTULO DO CAMPO		AVALIAÇÃO
Data de submissão	Maio 2018	
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	Confederação Nacional das Associações de Pais (CONFAP)	
TÍTULO DO COMPROMISSO	Comunicação comercial de bebidas alcoólicas junto aos Jovens em contexto Digital	
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	Inquérito aos Pais e Encarregados de Educação para avaliar o seu conhecimento sobre o consumo digital dos seus filhos relativamente à publicidade ao álcool.	
PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*		
Último nome / Primeiro nome	Confederação Nacional das Associações de Pais (CONFAP)	
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	Rua Carlos José Barreiros, 16 cave, 1000-088 Lisboa	
E-mail	geral@confap.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)	SICAD; APAN	
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*		
Data de início	Maio 2018	
Data do final	Dezembro 2019	
Atividades do compromisso <i>(aumentar o número de linhas em função do número de atividades diferentes previstas)</i>	Atividade 1 Estruturação de instrumento de levantamento da perceção dos Pais	
	Atividade 2 Envio/recolha de respostas	
	Atividade 3 Organização de um relatório sobre os dados trabalhados	
	Atividade 4 Divulgação dos resultados	
Tipo de atividades do compromisso	<input type="checkbox"/> 1. Informação ao consumidor (Inf) <input type="checkbox"/> 2. Atividades no âmbito dos media (M) <input 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. Intervenções de Proximidade <input checked="" type="checkbox"/> 12. Diagnóstico e Levantamento da Realidade <input type="checkbox"/> 13. Outros (O)																									
Grupo Alvo <i>(colocar uma cruz no grupo alvo e clarificar as ações que lhe são dirigidas colocando o número das mesmas à frente do grupo)</i>	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>1. Sem Grupo Alvo definido</td> <td>Atv. 1,3</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> <tr> <td>7. Adultos acima dos 65</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>8. Trabalhadores (contexto laboral)</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>9. Famílias</td> <td>Atv. 2,4</td> </tr> <tr> <td>10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>11. Pessoas com PLA</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>12. Outros. Quais? D.G. Consumidor e Auto Regulação</td> <td>Atv. 4</td> </tr> </tbody> </table>	1. Sem Grupo Alvo definido	Atv. 1,3	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. Famílias	Atv. 2,4	10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)	Atv.	11. Pessoas com PLA	Atv.	12. Outros. Quais? D.G. Consumidor e Auto Regulação	Atv. 4	
1. Sem Grupo Alvo definido	Atv. 1,3																									
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. Famílias	Atv. 2,4																									
10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)	Atv.																									
11. Pessoas com PLA	Atv.																									
12. Outros. Quais? D.G. Consumidor e Auto Regulação	Atv. 4																									
Contexto de Intervenção	<input type="checkbox"/> 1. Ambiental. <input type="checkbox"/> 2. Comercial <input type="checkbox"/> 3. Comunitário <input type="checkbox"/> 4. Desportivo <input type="checkbox"/> 5. Escolar <input checked="" 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 *	Nacional																									

INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*		
Objetivos *	Recolher uma perspetiva do conhecimento dos pais em relação à exposição dos seus filhos a comunicação comercial de bebidas alcoólicas em meio digital, em função dos seus padrões de utilização destes meios.	
Metas do Plano visadas *	<p>X 1. - Reduzir a facilidade percebida de acesso aos diferentes tipos de bebidas alcoólicas, em estudantes de 13-17 anos</p> <p>X 2. - Aumentar o risco percebido do consumo de 1-2 bebidas alcoólicas quase todos os dias, em estudantes de 16 anos.</p> <p>X 3. - Retardar o início do consumo de bebidas alcoólicas com 13 anos ou menos.</p> <p>X 4. - Retardar o início dos padrões de consumo nocivo com 13 anos ou menos.</p> <p>X 5. - Reduzir os estados de embriaguez em jovens abaixo dos 16 anos</p> <p>X 6. - Aumentar a idade média do início de consumos para os 17 e 18 anos respetivamente até 2020</p> <p>X 7. - Diminuir a prevalência de estados de embriaguez na faixa etária até aos 16 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 8. - Diminuir a prevalência na população portuguesa do padrão de consumo binge</p> <p><input type="checkbox"/> 9. - Diminuir a prevalência de estados de embriaguez na população portuguesa</p> <p><input type="checkbox"/> 10. - Reduzir a prevalência do consumo de risco e dependência na população portuguesa</p> <p><input type="checkbox"/> 11. - Reduzir a mortalidade padronizada por doenças atribuíveis ao álcool</p> <p><input type="checkbox"/> 12. - Reduzir a mortalidade em acidentes de viação relacionados com o consumo de álcool</p> <p><input type="checkbox"/> 13. - Garantir que a disponibilização, venda e consumo de substâncias psicoativas lícitas no mercado, seja feita de forma segura e não indutora de uso/consumo nocivo, através da introdução de legislação, regulamentação e fiscalização adequadas</p>	
Indicadores de Input (recursos disponíveis para o compromisso) *		
Número de interventores	Técnicos da CONFAP	
Tempo	De Intervenção	9 meses
	Por ação	Act1 Act2 Act3 Act4
	Regularidade	Pontual
Custos		
Outros. Quais?		
Indicadores de Output alcançados / esperados *		
Número de pessoas abrangidas		De que universo
Visitantes do website		
Número de produtos	1 relatório e 1 notícia	
Número de desdobráveis		
Outros. Quais?		
Indicadores de resultado e de impacto *		
Curto / médio / longo prazo / outros	Número de entidades consultadas; produção dos questionários; produção do relatório, número de respostas ao questionário; número de likes no Facebook.	
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar		
Instrumentos (Questionários, planeamentos, ...)	Parâmetros a avaliar no processo	Número de likes no Facebook
	Parâmetros a avaliar de resultados	Número de respostas

FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO

Métodos de 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"/>	
Outras estratégias de avaliação (quais?)			
Uso de avaliadores externos			
Uso de avaliadores internos			