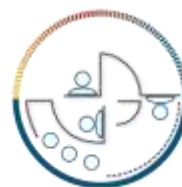


# FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO



Fórum Nacional Álcool e Saúde

TÍTULO DO CAMPO		AVALIAÇÃO
Data de submissão		
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	
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	R. Alexandre Herculano nº 23 3º, 1250-008 Lisboa	
E-mail	<a href="mailto:monica.ventosa@aped.pt">monica.ventosa@aped.pt</a>	
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	Março 2019	
Data do final	Dezembro 2020	
Atividades do compromisso	<p>Atividade 1: Apresentação de campanhas de sensibilização desenvolvidas pelo SICAD, FNAS e/ou entidades representadas no FNAS. 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 sector (comercialização de bebidas alcoólicas) mediante solicitação do FNAS.</p>	

<p><b>Tipo de atividades do compromisso</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 1. Informação ao consumidor (Inf)</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 2. Atividades no âmbito dos media (M) (Revista STORE)</li> <li><input type="checkbox"/> 3. Sessões de Sensibilização (S)</li> <li><input type="checkbox"/> 4. Programas de Intervenção Continuada (P)</li> <li><input type="checkbox"/> 5. Formação (Form)</li> <li><input type="checkbox"/> 6. Investigação/Produção Científica (Inv)</li> <li><input type="checkbox"/> 7. Comunicação comercial (C)</li> <li><input type="checkbox"/> 8. Aconselhamento (A)</li> <li><input type="checkbox"/> 9. Tratamento (T)</li> <li><input type="checkbox"/> 10. Fiscalização (F)</li> <li><input type="checkbox"/> 11. Intervenções de Proximidade</li> <li><input type="checkbox"/> 12. Diagnóstico e Levantamento da Realidade</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 13. Outros (O)</li> </ul>	
<p><b>Grupo Alvo</b></p> <p><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></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Sem Grupo Alvo definido</li> <li>2. Mulheres Gravidas</li> <li>3. Crianças até aos 9 anos</li> <li>4. Pré-adolescência e Adolescência</li> <li>5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos</li> <li>6. Adultos 25 e os 64</li> <li>7. Adultos acima dos 65</li> <li>8. Trabalhadores (contexto laboral)</li> <li>9. Famílias</li> <li>10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)</li> <li>11. Pessoas com PLA</li> <li>12. Outros. Quais? Público da Revista/newsletter STORE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atv.1 e 3</li> <li>Atv.</li> <li>Atv.</li> <li>Atv.</li> <li>Atv.</li> <li>Atv.</li> <li>Atv.</li> <li>Atv.</li> <li>Atv.</li> <li>Atv.</li> <li>Atv. 2</li> </ul>
<p><b>Contexto de Intervenção</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 1. Ambiental</li> <li><input type="checkbox"/> 2. Comercial</li> <li><input type="checkbox"/> 3. Comunitário</li> <li><input type="checkbox"/> 4. Desportivo</li> <li><input type="checkbox"/> 5. Escolar</li> <li><input type="checkbox"/> 6. Familiar</li> <li><input type="checkbox"/> 7. Laboral</li> <li><input type="checkbox"/> 8. Recreativo</li> <li><input type="checkbox"/> 9. Rodoviário</li> <li><input type="checkbox"/> 10. Saúde</li> <li><input type="checkbox"/> 11. Universitário</li> <li><input type="checkbox"/> 12. Virtual</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 13. Outro. Qual Através dos meios da APED</li> </ul>	

Âmbito do compromisso *	Nacional	
<b>INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*</b>		
Objetivos *	Contribuir para o aumento da sensibilidade do consumidor para os efeitos nocivos do consumo abusivo de álcool.	
Metas do Plano visadas *	<input type="checkbox"/> 1. - Reduzir a facilidade percebida de acesso aos diferentes tipos de bebidas alcoólicas, em estudantes de 13-17 anos <input type="checkbox"/> 2. - Aumentar o risco percebido do consumo de 1-2 bebidas alcoólicas quase todos os dias, em estudantes de 16 anos. <input type="checkbox"/> 3. - Retardar o início do consumo de bebidas alcoólicas com 13 anos ou menos. <input type="checkbox"/> 4. - Retardar o início dos padrões de consumo nocivo com 13 anos ou menos. <input type="checkbox"/> 5. - Reduzir os estados de embriaguez em jovens abaixo dos 16 anos <input type="checkbox"/> 6. - Aumentar a idade média do início de consumos para os 17 e 18 anos respetivamente até 2020 <input type="checkbox"/> 7. - Diminuir a prevalência de estados de embriaguez na faixa etária até aos 16 anos <input type="checkbox"/> 8. - Diminuir a prevalência na população portuguesa do padrão de consumo binge <input type="checkbox"/> 9. - Diminuir a prevalência de estados de embriaguez na população portuguesa <input type="checkbox"/> 10. - Reduzir a prevalência do consumo de risco e dependência na população portuguesa <input type="checkbox"/> 11. - Reduzir a mortalidade padronizada por doenças atribuíveis ao álcool <input type="checkbox"/> 12. - Reduzir a mortalidade em acidentes de viação relacionados com o consumo de álcool <input checked="" 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	
<b>Indicadores de Input (recursos disponíveis para o compromisso) *</b>		
Número de intervenores	Ainda não é possível quantificar	
Tempo	De Intervenção	21 meses
	Por ação	Act1 Act2 Act3 Não existe um tempo definido por ação.
	Regularidade	A atividade 2 resultará em duas publicações no período de intervenção definido. As restantes atividades não têm uma regularidade definida.
Custos	Não é possível quantificar.	
Outros. Quais?		
<b>Indicadores de Output alcançados / esperados *</b>		
Número de pessoas abrangidas	<p>A tiragem da revista STORE é de 2500 exemplares. Esta é complementada pela newsletter.</p> <p>Não é possível antecipar uma estimativa para a atividade n.º 1 uma vez que depende de terceiros e do formato de comunicação que na altura se considerar mais oportuno.</p>	<p><b>De que universo:</b></p> <p>Não é possível antecipar uma estimativa para a atividade n.º 1 uma vez que depende de terceiros e do formato de comunicação que na altura se considerar mais oportuno.</p> <p>A atividade n.º 2 corresponderá ao universo de leitores da revista Store e da respetiva newsletter.</p>
Visitantes do website	Não é possível antecipar	
Número de produtos	2 artigos para a atividade n.º 2	

Número de desdobráveis	Não estão previstos		
Outros. Quais?			
<b>Indicadores de resultado e de impacto *</b>			
Curto / médio / longo prazo / outros	<p>Poderemos ter os seguintes indicadores.</p> <p>Nº de campanhas divulgadas</p> <p>Nº de associados da APED que aderiram à divulgação</p> <p>Nº de parceiros FNAS envolvidos nas campanhas</p> <p>Nº de estabelecimentos em que a divulgação ocorreu</p> <p>Nº de pessoas que abrangidas pela divulgação</p> <p>Nº de artigos publicados</p> <p>Nº de solicitações de dados do setor</p> <p>Esta lista não é fechada e não significa que todos os indicadores venham a ser utilizados.</p>		
<b>Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar</b>			
Instrumentos (Questionários, planeamentos, ...)	Parâmetros a avaliar no processo	N/A	
	Parâmetros a avaliar de resultados	N/A	
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			