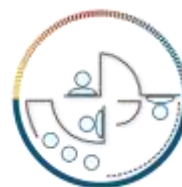


FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO



Fórum Nacional Álcool e Saúde

TÍTULO DO CAMPO		AVALIAÇÃO
Data de submissão	Maio 2019	
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	APAP, Associação Portuguesa de Agências de Publicidade, Comunicação e Marketing	
TÍTULO DO COMPROMISSO	“Banco” de campanhas internacionais de comunicação comercial na temática “álcool no feminino”	
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	A comunicação comercial tem grande impacto na sensibilização, formação e educação dos cidadãos, sendo que a sua veiculação em Mass Media se traduz no impacto de audiências alargadas. Estando a ser observada uma tendência de acréscimo de consumo feminino não moderado de álcool, a APAP irá proceder junto das suas interlocutoras internacionais localizar campanhas internacionais sobre esta temática, a serem disponibilizadas ao SICAD, para potencial futura seleção e adaptação para veiculação nacional	
PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*		
Último nome / Primeiro nome	Barros/Sofia	
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	Rua Pinheiro Chagas, 69, 1º Dto, 1050-176 Lisboa	
E-mail	sofia.barros@apap.co.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)	APAP	
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*		
Data de início	TBC	
Data do final	TBC	
Atividades do compromisso	Imediato – Início de recolha de informação internacional	
	Julho de 2019 – ponto de situação com o SICAD	
	Setembro de 2019 – seleção de campanha e negociação de potencial utilização	
Tipo de atividades do compromisso	<input checked="" type="checkbox"/> 1. Informação ao consumidor (Inf) <input checked="" 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 checked="" 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 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"> <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. X</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.</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? Entidades</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. X	6. Adultos 25 e os 64	Atv.	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? Entidades	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. X																									
6. Adultos 25 e os 64	Atv.																									
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? Entidades	Atv.																									
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 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 checked="" type="checkbox"/> 13. Outro. Qual _____ Media _____																									
Âmbito do compromisso *	Nacional																									
INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*																										
Objetivos *																										
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.																									

FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO

	<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 <u>com 13 anos ou menos.</u> <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 checked="" 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 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		
Indicadores de Input (recursos disponíveis para o compromisso) *			
Número de intervenores			
Tempo	De Intervenção		
	Por ação	Act1	
		Act2	
Act3			
	Act4		
	Regularidade		
Custos			
Outros. Quais?			
Indicadores de Output alcançados / esperados *			
Número de pessoas abrangidas		De que universo	
Visitantes do website			
Número de produtos	1 campanha		
Número de desdobráveis			
Outros. Quais?			
Indicadores de resultado e de impacto *			
Curto / médio / longo prazo / outros	Número de campanhas identificadas Seleção de uma campanha		
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar			
Instrumentos (Questionários, planeamentos, ...)	Parâmetros a avaliar no processo		
	Parâmetros a avaliar de resultados		
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			