

Seguimento anual do desempenho das emissoras afiliadas à ABMP contra os objectivos chave da parceria indicam um aumento de compromisso em cada ano e um aumento na institucionalização do esforço nos últimos cinco anos.

Sumário das conclusões do inquérito anual das emissoras afiliadas à ABMP (efectuado em Junho) com respeito ao nível de compromisso nos últimos 12 meses.

(Nota: como a ABMP foi fundada em Setembro de 2005, 2006 reflecte os resultados dos 9 meses anteriores em vez de 12 meses, como é o caso dos anos seguintes)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
# Emissoras de Difusão Afiliadas à ABMP*	37	50	57	61	63	65
# Países representados na ABMP	30	32	35	38	38	38
% das emissoras afiliadas que atribuem pelo menos 5% de tempo de antena ao HIV e SIDA de acordo com o seu compromisso com a ABMP	59%	71%	84%	81%	83%	90%
LIDERANÇA						
Adoptou HIV/AIDS como estratégia das suas actividades comerciais principais?	63%	76%	77%	79%	78%	85%
SE SIM, a posição da emissora acerca do HIV/AIDS como estratégia das suas actividades comerciais principais foi documentada?	38%	56%	57%	65%	56%	61%
No último ano, a emissora discutiu sobre a coordenação dos esforços da ABMP com...	75%	60%	77%	71%	63%	58%
- Oficiais do Governo?	83%	67%	75%	71%	69%	67%
- ONGs?						
Nos últimos 12 meses a emissora tomou medidas para tornar HIV/AIDS como parte das suas actividades comerciais principais?	N/A	N/A	N/A	72%	80%	67%
A parceria da emissora com a ABMP foi um valor acrescentado como uma difusora?	N/A	N/A	N/A	98%	98%	90%
ATRIBUIÇÃO DE RECURSOS						
A emissora tem um orçamento anual atribuído à programação de HIV e SIDA	58%	49%	58%	66%	55%	61%
No ultimo ano, o governo aumentou o orçamento nacional para comunicações relacionadas com o HIV e SIDA?	42%	49%	72%	72%	52%	40%
Se SIM, esses fundos estão disponíveis apoiar as emissoras com programação relacionada com HIV e SIDA?	29%	38%	71%	72%	47%	28%
Para além de tempo de antena, a emissora comprometeu outros recursos (dinheiro, pessoal, etc.)	67%	69%	77%	66%	69%	61%
SE SIM, aumentou em comparação com os anos anteriores?	58%	58%	85%	75%	76%	52%
Espera-se que o compromisso actual com respeito a tempo de antena aumente ainda mais no próximo ano?	96%	98%	98%	95%	89%	88%
CONTEÚDO						
A emissora tem uma estratégia escrita sobre comunicação e programação acerca de HIV e SIDA?	33%	36%	43%	48%	45%	52%
O conteúdo da ABMP é um valor acrescentado para as actividades comerciais da emissora?						
- Anúncios da Campanha TU / YOU	N/A	N/A	88%	88%	84%	88%
- Imagine Afrika (Programa de casos Reais para a Televisão)	N/A	N/A	84%	65%	80%	77%
- Can Tru Love Withstand the Test? (drama educativo para a Rádio)	N/A	N/A	73%	67%	71%	70%
Aumento no compromisso de tempo de antena para conteúdo sobre HIV e SIDA em comparação ao ano anterior?	67%	78%	89%	80%	83%	76%
SE SIM, o aumento foi resultado da ABMP?	67%	82%	85%	91%	96%	70%
Qual é o aumento que se espera em relação ao compromisso cerca do tempo de antena no ano que vem para HIV e SIDA?	96%	98%	98%	95%	89%	88%