



33º-PRÊMIO-LUPA-DE-OURO
O futuro sob a lente da sustentabilidade

28º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico
Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico
Local: Via Funchal



CAMPANHA EXTENSÃO DE LINHA - PRESCRIÇÃO

Campanhas direcionadas a médicos com o objetivo de obtenção de receituário. Os produtos chamados “extensão de linha” são considerados produtos com extensões novas e para fazer parte desta categoria os medicamentos deverão ter mudanças em fórmulas/formulação e NÃO será considerado uma nova apresentação.

Será considerado, exemplo: Balcor e com extensão de linha - Balcor Retard

Não será considerado, exemplo hipotético: Balcor 30mg com 50 cprs. e passou para Balcor 30mg com 100cprs.

As campanhas de extensão de linha inscritas nesta categoria poderão fazer parte desde que lançados no período de **01/01/2008** até o dia **31/12/2008**.

Caso esta categoria apresentar muitas inscrições, o regulamento prevê a criação de subcategorias, a partir da classificação oficial de grupos terapêuticos (classe terapêutica de nível I), de acordo com a fonte IMS. Tais subcategorias serão formadas à medida que existirem, pelo menos, 10 campanhas inscritas num mesmo grupo terapêutico e validadas pelo Comitê Especial – Lupa de Ouro.

Todas as campanhas inscritas que não fizerem parte de uma subcategoria específica, concorrerão entre si, na categoria “campanha de prescrição - demais categorias”.

INSCRIÇÕES

As inscrições para o Prêmio Lupa de Ouro começam no dia **01/06/2009** e terminam no dia **31/07/2009**. Neste período, todos os participantes deverão preencher a ficha de inscrição disponível na web site do Grupemef – www.grupemef.com.br - preenchê-lo e enviar pelo site ou por e-mail de acordo com as instruções contidas no documento.

Atenção: Favor conferir à classificação terapêutica na Ficha de Inscrição, caso sua campanha é direcionada para uma outra classe que não seja a qual é determinada pela auditoria IMS, se faz necessário sua justificativa através da ficha de inscrição e que será avaliada pelo comitê.

IMPORTANTE: Participarão nesta categoria os produtos **COM TARJA** – é necessário incluir na ficha de inscrição uma imagem do produto com tarja e sua respectiva bula.

As inscrições feitas fora do período acima serão **ANULADAS** pelo Comitê Especial – Lupa de Ouro. No período acima somente as fichas de inscrição deverão se encaminhadas ao Grupemef.



33º PRÊMIO LUPA DE OURO
O futuro sob a lente da sustentabilidade

COMITÊ ESPECIAL – LUPA DE OURO

28º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico
Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico
Local: Via Funchal



O Comitê Especial se dedicará à validação de todo o material inscrito no prêmio Lupa de Ouro 2009, seja para adequação de categorias, exclusão de campanhas e/ou projetos que estejam fora do prazo de veiculação considerado por este regulamento ou tratar de todos os assuntos que não estejam descritos neste regulamento.

Este grupo tem total autonomia para excluir inscrições que não estejam de acordo com as especificações deste regulamento e das fichas de inscrições, adequar categorias e campanhas, bem como comunicar os participantes do prêmio sobre alterações em inscrições e datas.

Tal comitê será formado por pessoas especializadas nas áreas temáticas das categorias específicas contidas neste Regulamento. As atividades deste grupo terão coordenação de uma Consultoria Externa e têm como responsabilidade a análise dos trabalhos selecionados pelo Comitê Especial.

Três reuniões ordinárias estão agendadas para este Comitê Especial – Lupa de Ouro que serão realizadas nas dependências do Grupemef nos **dias 11/08, 25/08 e 08/09** e terá como prioridade a validação de todo o material inscrito. Além destas, reuniões extraordinárias poderão ser convocadas pela coordenação do comitê.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Essa categoria terá duas fases de avaliação:

- A primeira fase consta de uma exposição de material impresso ao júri. Tal material impresso deverá ser entregue no local da avaliação (a ser definido pelo Grupemef e informado por correspondência eletrônica ao responsável pela inscrição), exposto em placa duratex ou similar de 1,10 m X 0,92 m, **2 dias antes do início da avaliação** (a ser definido pelo Grupemef e informado por correspondência eletrônica ao responsável pela inscrição).
- O Grupemef dispõe destas placas nas medidas corretas para a exposição que poderão ser retiradas mediante solicitação prévia. Quando da retirada destas placas, será encaminhado também um “guia de orientação”, embora desde já esclareçamos que **NÃO SERÃO AVALIADOS MATERIAIS EXPOSTOS FORA DO ESPAÇO DA REFERIDA PLACA, INCLUINDO-SE O CONCEITO DE PROFUNDIDADE (utilização de espaço em 3D)**. Para os eventuais casos enquadrados acima, os responsáveis deverão regularizar a situação até 1 dia antes do julgamento, sob pena de terem as campanhas desclassificadas pelo Comitê Especial – Lupa de Ouro.



33º PRÊMIO LUPA DE OURO
O futuro sob a lente da sustentabilidade

28º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico

Local: Via Funchal



- Todo material que necessite devolução deverá ser retirado no mesmo local, um dia após o término da avaliação.

A primeira fase consta de uma exposição de material impresso ao júri, que serão avaliados os seguintes critérios:

- **Criatividade → Impacto do material impresso dando a existência de forma e manifestação do estilo apresentado.**
- **Harmonia → Conjunto dos princípios e regras do material em exposição de forma equilibrada. Qualidade na combinação e disposição de idéias.**
- **Conteúdo → Informações sobre o produto, doença e tratamento.**

Para os critérios acima, cada participante do júri dará uma nota entre 0 (zero) e 7 (sete). A somatória das notas dos critérios será chamada de nota total do jurado. A menor e a maior nota total de jurado serão excluídas para cálculo da nota média de cada campanha.

As cinco campanhas finalistas nesta categoria passarão para a segunda fase de avaliação.

Como critérios de desempate serão considerados nesta ordem:

- a) Menor desvio padrão (4 casas decimais)
- b) Maior mediana (4 casas decimais)
- c) Maior moda

Na segunda fase de avaliação, os responsáveis pelas cinco campanhas finalistas da primeira fase para esta categoria serão convidados a realizar uma apresentação oral ao júri, que será descrito a seguir:

- Cada apresentação não poderá exceder o tempo limite de 20 minutos. Caberá ao coordenador das atividades avisar ao apresentador o tempo restante e interromper, se necessário, ao final do tempo determinado. Serão apresentados cartazes com o tempo restante de apresentação (5 minutos – 3 minutos – 1 minuto)
- Após a apresentação, os participantes do júri poderão fazer perguntas ao apresentador, respeitando o tempo sugerido pelo coordenador e sempre perguntas ligadas à apresentação.
- As apresentações deverão ser baseadas nos critérios que serão utilizados para avaliação:
 - **Planejamento (Estratégia) Determinação dos objetivos ou metas do material promocional, como também da coordenação de meios e recursos para atingi-los;**
 - **Execução (Plano de Ação) Realização, Desempenho e Cumprimento do planejamento;**
 - **Resultados obtidos (Conclusão) Decisão ou efeito que resultou de alguma ação.**



33º-PRÊMIO-LUPA-DE-OURO
O futuro sob a lente da sustentabilidade

28º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico

Local: Via Funchal



- Para os critérios acima, cada participante do júri dará uma nota entre 0 (zero) e 7 (sete). A somatória das notas dos critérios será chamada de nota total do jurado. A menor e a maior nota total de jurado serão excluídas para cálculo da nota média de cada campanha, que apontará o vencedor do prêmio Lupa de Ouro 2009.
- Como critérios de desempate serão considerados nesta ordem:
 - a) Menor desvio padrão (4 casas decimais)
 - b) Maior mediana (4 casas decimais)
 - c) Maior moda
- Em caso de novo empate o prêmio será dividido entre as campanhas empatadas.

COMPOSIÇÃO DO JÚRI

O júri do Prêmio Lupa de Ouro 2009 na primeira fase será composto da seguinte forma:

- Médicos das especialidades adequadas à avaliação das campanhas, desde que estes não estejam envolvidos diretamente com qualquer laboratório participante (Ex.: Líder de Opinião, Pesquisa Clínica, etc.). A proporção dessas especialidades será equivalente à proporção de campanhas voltadas a cada especialidade médica.
- Publicitários que atendam ou já atenderam a indústria farmacêutica nos últimos três anos, desde que estes não estejam envolvidos diretamente com qualquer campanha participante. Serão convidados profissionais envolvidos com atendimento, redação, criação e arte.

Na segunda fase o júri será composto por:

- Profissionais da indústria farmacêutica. Serão convidados profissionais da área de marketing de laboratórios com o menor envolvimento nos mercados onde os finalistas atuam, para minimizar a chance de inclusão de concorrentes diretos como componentes do júri.
- Serão convidados profissionais de Consultorias, Universidades, Institutos de Pesquisa e Agências de Publicidade.
 - ATENÇÃO: A participação do júri para a segunda fase será composto de 5 jurados.