



30º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico
Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico
Local: Golden Hall -WTC – 25/11/2011

CAMPANHA EXTENSÃO DE LINHA

Campanhas direcionadas a médicos com o objetivo de obtenção de receituário e ou campanhas direcionadas ao consumidor através de mídias.

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 **01/01/2010** até o dia **31/12/2010**.

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”.

NOTA: Uma campanha promocional e/ou projeto só poderá inscrever-se em uma única categoria.



30º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico
Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico
Local: Golden Hall -WTC – 25/11/2011

INSCRIÇÕES

As inscrições para o Prêmio Lupa de Ouro começam no dia **01/05/2011** e terminam no dia **30/06/2011**. 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:

- Imagem da caixa do produto com tarja (extensão gif / jpg / pje / jpeg / png) Max. 2 MB
- Logo do produto / campanha (em alta definição: JPG / CRD / PSD)
- Resumo de um mini-case para colocarmos em nosso folder de programa

OBSERVAÇÃO: Se houver problemas para enviar os arquivos, gentileza entrar em contato para (11) 5093-5385

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.

COMITÊ ESPECIAL – LUPA DE OURO

O Comitê Especial se dedicará à validação de todo o material inscrito no prêmio Lupa de Ouro 2011, 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 11/07, 25/07 e 08/08** e terá como prioridade a validação de todo o material inscrito. Além destas, reuniões extraordinárias poderão ser convocadas pela coordenação do comitê.



30º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico
Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico
Local: Golden Hall -WTC – 25/11/2011

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.**
- 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.
- 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



30º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico
Local: Golden Hall -WTC – 25/11/2011

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 comunicar 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.**
- 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 2011.
- 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.



30º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico
Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico
Local: Golden Hall -WTC – 25/11/2011

COMPOSIÇÃO DO JÚRI

O júri do Prêmio Lupa de Ouro 2011 na primeira fase será composto da seguinte forma:

- Para Extensão de Linha – Prescrição: 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.
- Para Extensão de Linha – MIP: Consumidores que acompanham propagandas através de Mídias – será realizado um filtro de comunicação para participar do jurado.
- 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 com experiência mínima de 5 anos no ramo, serão convidados a participar 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 e Institutos de Pesquisa.
 - ATENÇÃO: A participação do júri para a segunda fase será composto de 5 jurados.

Todos os jurados, tanto na 1ª Fase como na 2ª. Fase, serão instruídos devidamente para avaliação das fichas em cada critério apontado. Na 2ª.Fase o jurado receberá um dossiê de cada finalista, realizando uma leitura antes da apresentação, os quais poderão ao final de cada apresentação realizar apenas 2 perguntas, lembrando que cada apresentador terá 20 minutos e os jurados terão 5 minutos para realizarem suas perguntas.