



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

• **CAMPANHA HOSPITALAR**

Campanhas direcionadas para veiculação em ambiente hospitalar. É importante ressaltar que para participar desta categoria o medicamento deve constar em sua bula de uso exclusivamente hospitalar. As campanhas inscritas nesta categoria deverão ser de produtos lançados até o dia **31/12/2009**.

O produto para participar desta categoria, deverá obrigatoriamente ter seus materiais e sua campanha promovida no ano de 2010.

Lançamentos posteriores a esta data e inscritos nesta categoria terão suas inscrições **alteradas** pelo Comitê Especial – Lupa de Ouro, ou seja, passarão a concorrer dentro da categoria “Lançamento Hospitalar”, desde que respeitados os critérios estabelecidos na Campanha de Lançamento Hospitalar.

Os produtos chamados “extensão de linha” **NÃO PODERÃO** fazer parte desta categoria. As “extensões de linha” devem ser consideradas como produtos estabelecidos com extensões novas e, portanto, inscritas na categoria “Campanha Extensão de Linha”.

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:

Somente participarão nesta categoria os produtos **tarjados** – é necessário incluir na ficha de inscrição:

- 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 terá 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.**
- 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 esclarecêssemos 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:
 - Menor desvio padrão (4 casas decimais)
 - Maior mediana (4 casas decimais)
 - 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:

- 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 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.