



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

CAMPANHA DE SUSTENTABILIDADE

A categoria SUSTENTABILIDADE é a antiga categoria Indústria Farmacêutica & Iniciativas de Responsabilidade Corporativa. O objetivo desta nova denominação é tornar a categoria mais abrangente, permitindo premiar, valorizar e incentivar as práticas de uma gestão sustentável dos negócios. Práticas essas, que sejam capazes de trazerem melhorias contínuas e concretas a todos os públicos de interesse da organização, bem como contribuam para o desenvolvimento sustentável de nosso meio e de nossa sociedade.

Tendo como definição de Sustentabilidade: “atender as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras atenderem as suas”.

INSCRIÇÕES

Os Participantes

Só poderão ser inscritos iniciativas até Abril de 2011

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.**

Cada empresa poderá inscrever a quantidade de iniciativas que desejar. Exceto as iniciativas já premiadas nas edições anteriores da Lupa de Ouro. Para efetuar a inscrição de sua iniciativa é necessário enviar:

- ✓ Ficha de inscrição
- ✓ Documento de descrição do trabalho (de acordo com o modelo de Instruções).

Será considerada qualquer iniciativa voltada para a promoção do desenvolvimento sustentável.

Estas iniciativas ações ou programas poderão ser endereçados aos seguintes indicadores:

- ✓ **ACESSO:** Toda e qualquer iniciativa, prática ou programa estruturado que busque a ampliação contínua do acesso da população em geral as terapias medicamentosas já disponíveis, bem como às novas terapias,

Dicas:

- Programas de doação de produtos para grupos ou comunidades específicas de pacientes
- Programas de transferência de tecnologia para Instituições de Ensino ou Órgãos Governamentais de Pesquisa e Ensino



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

- ✓ **ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS:** Toda e qualquer iniciativa, prática ou programa estruturado que busque estabelecer, manter ou ampliar o contato da Corporação com os públicos de interesse, levando esta a um maior entendimento das demandas de seus públicos de interesse e integrando estas demandas as práticas de negócio, operações e estratégia da corporação.

Dicas:

- Iniciativas voltadas a informação e formação de membros das comunidades do entorno em que atua a Corporação
 - Iniciativas ou programas voltados a pacientes e cuidadores que visem ampliar a qualidade de vida de ambos
 - Iniciativas ou programas de capacitação e/ou certificação de parceiros comerciais como distribuidores e varejistas buscando um melhor entendimento sobre os produtos e os negócios da empresa
- ✓ **INOVAÇÃO CONTÍNUA:** Toda e qualquer iniciativa, prática ou programa estruturado que busque a criação contínua de valor para todos os públicos de interesse da corporação e para a sociedade como um todo, por meio de processos eficientes e produtos/serviços inovadores.

Dicas:

- Lançamento de produtos inovadores no mercado local para patologias até então negligenciadas
 - Lançamento de novas indicações capazes de atender demandas específicas locais, como, por exemplo, o tratamento da malária, dengue etc.
 - Suporte à Universidades e Entidades de Ensino e Pesquisa no desenvolvimento de medicamentos ou exames para doenças que afligem a população de um determinado local ou país, como por exemplo a Doença de Chagas no Brasil.
- ✓ **ATENÇÃO AO MEIO AMBIENTE:** Toda e qualquer iniciativa, prática ou programa estruturado capaz de propiciar formas de atuação que reduzam o impacto das operações da Corporação sobre o meio ambiente.

Dicas:

- Iniciativas ou programas capazes de aportar maior eficiência ao processo produtivo na medida que reduzem a utilização de insumos fundamentais como água e energia.
 - Iniciativas ou programas voltados a conscientização dos públicos de interesse da Corporação sobre a importância do uso mais eficiente de qualquer recurso que seja escasso.
- ✓ **CONSUMO E PRESCRIÇÃO RESPONSÁVEIS:** Toda e qualquer iniciativa, prática ou programa estruturado que busque estimular o consumo responsável por parte dos consumidores e pacientes, desencorajando o excesso e o uso inadequado de seus produtos/serviços, bem como incentivar a prescrição responsável por parte dos profissionais de saúde, garantindo o respeito às indicações de bula dos produtos e/ou indicações testadas e validadas cientificamente por estudos clínicos.

Dicas:



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

- Iniciativas ou programas que enfatizem a maneira correta de uso dos produtos/serviços da Corporação por todos, evitando que os abusos ou o uso incorreto reduza a efetividade do produto e acabe por acarretar efeitos e reações indesejáveis.

OUTROS

Os itens mencionados acima são os Indicadores de Sustentabilidade publicados pela Diretoria Farmasustentável. A classificação da prática em relação a um indicador é meramente uma questão de critério de agrupamento das práticas sugerida pelos Organizadores. Essa classificação em nada afeta a avaliação dos jurados ou a pontuação da prática inscrita na premiação, Sendo assim, a distribuição das práticas por Indicadores poderá ser revisada pelos

Organizadores do Evento quando da publicação dos cases inscritos no caso de publicação desses em um dos meios de comunicação do 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.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

As iniciativas serão avaliadas considerando-se os seguintes critérios:

- a) Envolvimento de stakeholders (públicos de interesse da empresa) como: empregados, profissionais da saúde, pacientes, comunidades, governos, fornecedores, organizações não-governamentais, parceiros etc. Também será avaliada a capacidade da empresa em estabelecer parcerias com um ou mais desses públicos na viabilização da iniciativa em questão e a existência e envolvimento de voluntários.
- b) Impacto Abrangência e Resultados – serão avaliados tanto a importância do impacto gerado bem como a relevância do tema frente às principais demandas da Sociedade Civil. Serão analisados o número de beneficiados e os benefícios gerados, e a abrangência geográfica



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

Será avaliada a existência de dados concretos que possibilitem a mensurabilidade dos resultados obtidos com a iniciativa, os mecanismos utilizados pela empresa para avaliá-los, a periodicidade da análise, bem como os resultados em si.

- c) Sustentabilidade da Iniciativa – serão consideradas os efeitos multiplicativos da iniciativa, reprodutibilidade, bem como os elementos que favorecem sua viabilidade em longo prazo (ex. geração de renda, fontes de financiamento, motivação dos agentes envolvidos para continuidade do projeto, governança etc.) e a sustentabilidade das ações - possibilidade de manutenção ou ampliação dos resultados.
- d) Alinhamento estratégico – será avaliado o grau de alinhamento da iniciativa com algum produto, linha de produtos e com as estratégias de negócio da organização.

Serão selecionadas as 5 iniciativas com melhor pontuação para compor um short list com as finalistas. Cada uma das iniciativas finalistas terá uma apresentação de no máximo 20 minutos, feita por uma representante da empresa para a Comissão Julgadora, em local a ser definido pelo Grupemef. Os classificados de 1o a 3o lugar receberão o troféu “Prêmio Lupa de Ouro”, e os classificados em 4o e 5o lugar receberão certificado.

Uma nota de 0 (zero) a 7 (sete) será conferida a cada um dos critérios de avaliação descritos acima, por cada um dos membros da Comissão Julgadora, sendo a média ponderada de cada iniciativa comparada à das demais iniciativas. A iniciativa com a maior média será a vencedora da Edição 2011 – Lupa de Ouro – Categoria Sustentabilidade.

Como critérios de desempate serão considerados nesta ordem:

- a) Maior nota no critério: Impacto, Abrangência e Resultados
- b) Menor desvio padrão (4 casas decimais)
- c) Maior mediana (4 casas decimais)

Em caso de novo empate o prêmio será dividido entre os projetos empatados.

COMPOSIÇÃO DO JÚRI

A Comissão julgadora será formada por profissionais de comprovada vivência e atuação em Responsabilidade Corporativa / Sustentabilidade.

Estes profissionais terão formação diversa, e não poderão ser autores, colaboradores ou participantes diretos de quaisquer das iniciativas/empresas inscritas.

[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.