



31º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico



Local: Golden Hall -WTC – 30/11/2012

● **CAMPANHA DE LANÇAMENTO DE PRESCRIÇÃO**

Campanhas de produtos tarjados direcionadas a médicos com o objetivo de obtenção de receituário. As campanhas inscritas nesta categoria deverão ser de produtos lançados entre **01/01/2011** até **31/12/2011**.

Lançamentos anteriores 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 “Campanha de Prescrição”, desde que respeitados os critérios estabelecidos neste item. Lançamentos posteriores ao período acima terão suas inscrições **anuladas** pelo mesmo comitê, por não atender ao período de veiculação da campanha.

Para inclusão nesta categoria será considerada como data base de lançamento a primeira captação de vendas na auditoria PMB (IMS)

Caso não sejam inscritos pelo menos cinco produtos nesta categoria, as campanhas inscritas passarão a concorrer dentro da categoria “Campanha de Prescrição”. Neste caso, os parâmetros de inclusão em subcategorias deverão ser seguidos como descrito no item de “Campanha de Prescrição”.

A Campanha Extensão de Linha será excluída do regulamento para o Prêmio Lupa de Ouro 2012, todos os produtos cujo objetivo é o de extensão do ciclo de vida do produto, será definido como “Campanha de Lançamento de Prescrição”, **desde que, apresente um conceito de inovação.**

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



31º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico



Local: Golden Hall -WTC – 30/11/2012

INSCRIÇÕES

As inscrições para o Prêmio Lupa de Ouro começam no dia **01/05/2012** e terminam no dia **15/06/2012 (não haverá prorrogação deste prazo)**. Neste período, todos os participantes deverão preencher a ficha de inscrição disponível na web site do Grupemef – www.grupemef.com.br - **preenchê-lo de acordo com as instruções contidas neste documento; automaticamente será enviado um e-mail de confirmação com os dados da inscrição.**

Atenção: Favor conferir à classificação terapêutica na Ficha de Inscrição, caso sua campanha for 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 (em alta resolução; extensão gif / jpg / pje / jpeg / png) Max. 2 MB
- ✓ Logo do produto (em alta resolução; extensão gif / jpg / png) Max. 2 MB
- ✓ Logo do Laboratório (em alta resolução; extensão gif / jpg / png) Max. 2 MB

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.

COMITÊ ESPECIAL – LUPA DE OURO

O Comitê Especial, composto pela diretoria do Grupemef, se dedicará à validação de todo o material inscrito no prêmio Lupa de Ouro 2012, 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.



31º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico



Local: Golden Hall -WTC – 30/11/2012

COMPOSIÇÃO DO JÚRI

Representando a classe médica, o júri do Prêmio Lupa de Ouro 2012 será composto por médicos de todo o território nacional com, no mínimo 3 (três) e no máximo 30 (trinta) anos de prática na especialidade.

Após todo o processo de inscrição, a Resulta CNP fará o compilado de cada especialidade alvo dos produtos inscritos e este compilado descreverá o volume exato de campanhas a serem avaliadas por cada especialidade, de modo que a Resulta CNP desenvolverá; o desenho amostral dos médicos que comporão o júri.

METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

Uma vez definido o desenho amostral (quais especialidades e a quantidade de casos por especialidade); a Resulta CNP iniciará o processo de recrutamento telefônico junto aos médicos. Ao aceitar participar da pesquisa e ser aprovado nos filtros correspondentes, o médico receberá via link eletrônico a página para avaliação da campanha, pela técnica On-Line.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Quando do recebimento do link eletrônico para avaliação das campanhas, o médico jurado deverá assistir a todos os vídeos disponíveis em suas páginas relativos à sua especialidade sendo que, cada página terá no máximo 30 minutos, pois, a quantidade de filmes será determinada por sua duração e atribuir notas a cada um dos vídeos aos seguintes critérios:

- **Criatividade → Impacto do material impresso dando a existência de forma e manifestação do estilo apresentado.**
- **Conteúdo → Informações sobre o produto, doença e tratamento.**
- **Posicionamento Estratégico - Determinação dos objetivos ou metas do material promocional, como também da coordenação de meios e recursos para atingi-los;**
- **Apelo de comunicação racional e coerência dos meios e mensagem utilizada;**
- **Resultados obtidos (Conclusão) Decisão ou efeito que resultou de alguma ação.**



31º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico



Local: Golden Hall -WTC – 30/11/2012

- 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.
- 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.

Ao final do processo, cada vídeo terá sido avaliado por 30 médicos da especialidade alvo da campanha, de modo que as avaliações tenham validade estatística.

Essa categoria terá uma única fase de avaliação.

METODOLOGIA GRAVAÇÃO VÍDEO CAMPANHA

Diferentemente de anos anteriores, em 2012 não haverá eventos presenciais (na sede do Grupemef), para a apresentação das campanhas. Cada participante deverá confeccionar um vídeo em que apresente a campanha / projeto inscrito, tal como faria em uma apresentação presencial, podendo ou não utilizar-se de slides. Este vídeo será visto pela comissão julgadora de cada categoria.

A empresa responsável pela plataforma WebMeeting, Atitude Mídia Digital, envolvida na confecção do sistema utilizado pelo Grupemef para o gerenciamento do Lupa de Ouro 2012, disponibiliza seus estúdios para a gravação deste conteúdo, em formato de apresentação, em dia e horário a serem combinados diretamente entre o participante e a Atitude, e ao custo de **R\$ 1.400,00** por apresentação. A confecção do conteúdo (necessariamente em PowerPoint) é de responsabilidade do participante.

Abaixo está um exemplo de uma apresentação em formato WebMeeting.
Para mais informações, contacte helder.conde@atitude.com.br

Local: Golden Hall -WTC – 30/11/2012



Caso o participante opte por gravar o vídeo pessoalmente, ou caso queira confeccioná-lo junto a outras agências/produtoras, ele está livre para fazê-lo, a seu critério e às suas expensas.

Neste caso, o vídeo deve ser entregue ao Grupemef necessariamente com as especificações abaixo:

- Arquivo tipo WMV (Windows Media Vídeo) ou MP4 ou AVI (codec XVID)
- Tamanho 640 x 480 (4:3) ou 640 x 360 (16:9) pixels.
- Bitrate máximo (vídeo + áudio) de até 1000 Kbps
- Duração máxima: 7 minutos

A Atitude será responsável por reconverter os vídeos para o formato final, que ficará disponível aos jurados. Na conversão, não será feita absolutamente nenhuma alteração de conteúdo ou edição de qualquer natureza.

Todos os vídeos deverão ser carregados na seção ENVIAR VÍDEO, que estará futuramente disponível no site do Lupa de Ouro. Mais instruções serão enviadas em breve aos participantes, via e-mail. Os vídeos gravados com a Atitude não precisarão ser carregados pelo próprio participante, pois a empresa fará a inserção dos mesmos no sistema, diretamente.

Todos os vídeos devem ter duração máxima de 7 minutos, impreterivelmente. Vídeos com duração superior a esta serão desconsiderados e invalidados pelo comitê de avaliação.