



31º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico



Local: Golden Hall -WTC – 30/11/2012

● **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”.

Só poderão ser inscritos iniciativas até Abril de 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.](#)

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,



31º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico



Local: Golden Hall -WTC – 30/11/2012

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

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.



31º. Congraçamento do Marketing Farmacêutico

Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico



Local: Golden Hall -WTC – 30/11/2012

- ✓ 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 os excessos 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:

- ✓ 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, 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

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.

METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

Uma vez definido o desenho amostral; a Resulta CNP iniciará o processo de recrutamento telefônico junto aos profissionais. Ao aceitar participar da pesquisa e ser aprovado nos filtros correspondentes, o profissional receberá via link eletrônico a página para avaliação da campanha, pela técnica On-Line.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

As iniciativas serão avaliadas considerando 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

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.



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: 10 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 10 minutos, impreterivelmente. Vídeos com duração superior a esta serão desconsiderados e invalidados pelo comitê de avaliação.