

# 40º Prêmio Lupa de Ouro 2016

Local: WTC – Golden Hall – 28/10/2016

## REGULAMENTO

### PERFORMANCE DE MARKETING – PRODUTO NON-RETAIL

#### 1. - ELEGIBILIDADE

Para participar dessa categoria, devem ser inscritas campanhas de Marketing e Promoção Multi-públicos (médicos, profissionais de saúde, pacientes, pagadores, entre outros) para produtos com vendas e distribuição predominantemente (>70%) através de canais institucionais (governo, hospitais, clínicas, PMBs, HMOs, empresas e similares, excluindo farmácias) que tenham sido implementadas e resultados medidos até junho de 2016.

#### 2. - INSCRIÇÕES

- As inscrições para o Prêmio Lupa de Ouro começam no dia **20/06/2016** e terminam no dia **12/08/2016**.
- Neste período, todos os participantes deverão preencher a ficha de inscrição disponível no hotsite do prêmio – [www.lupadeouro.com.br](http://www.lupadeouro.com.br) - de acordo com as instruções contidas neste documento; Automaticamente será enviado um e-mail de confirmação com os dados da inscrição.

#### **IMPORTANTE:**

É necessário incluir na ficha de inscrição:

**Apresentação da campanha (Power point) com no máximo 20 slides em um dos formatos (\*.pdf, \*.pps, \*.ppsx, \*.ppt, \*.pptx).**

Logo do Laboratório (em alta resolução; extensão jpg / png) tamanho máximo 2 MB.

OBSERVAÇÃO: Se houver problemas para enviar os arquivos, gentileza entrar em contato para (11) 3897-9779.

# 40º Prêmio Lupa de Ouro 2016

Local: WTC – Golden Hall – 28/10/2016

## 3. - AGRUPAMENTO DOS PRODUTOS

- Os produtos inscritos serão agrupados em categorias, tais categorias serão formadas de acordo com as inscrições, serão criadas no máximo 2 categorias para produtos Non-Retail, sendo que cada categoria deverá ter no mínimo 3 produtos.
- Os produtos serão agrupados conforme descrição abaixo:
  - **Alta Complexidade:** Entram os medicamentos inscritos nos programas de Medicamentos de Alta Complexidade, Alto Custo com negociação e venda centralizada ao Governo Federal.
  - **Outros** – Todos os demais produtos que não tenham a condição acima, e que sejam vendidos no canal Institucional.
- **\*Produtos que tenham venda mista centralizada e privada / não centralizada serão agrupados conforme a venda predominante.**
- Serão escolhidos 3 finalistas para as categorias **Non-Retail Alta Complexidade** e 3 finalistas para categoria **Non-Retail – Outros**.
- Se houver mais de 3 inscritos haverá uma pré-seleção conforme abaixo.

## 4. – PRÉ-SELEÇÃO DOS FINALISTAS

- Os produtos inscritos terão seu material (apresentação do projeto enviada no momento da inscrição) avaliado por Profissionais da indústria com ampla experiência nas áreas de Marketing, Inteligência de Mercado, Produtividade e Efetividade e Comercial em negócios Non-Retail, terão prioridade os participantes do conselho consultivo do Grupemef (**excluindo-se executivos pertencentes às empresas inscritas**).
- Estes produtos serão avaliados com base nos seguintes quesitos de avaliação:  
**Planejamento, execução e resultados.**
- A apresentação a ser enviada poderá conter até no **máximo 20 slides** cobrindo os seguintes tópicos: **Planejamento, execução e resultados**. Pela especificidade destes mercados apresentamos abaixo uma sugestão de conteúdo para este material a ser enviado:

## 40º Prêmio Lupa de Ouro 2016

Local: WTC – Golden Hall – 28/10/2016

- ✓ **Projetos para Profissionais de Saúde:** campanhas de marketing e promoção médica para os diversos tipos de profissionais de saúde ligados a prescrição e/ou manejo do produto em questão, tais médicos prescritores, Key Opinion Leaders (Líderes de Opinião Chave), enfermeiros(as), paramédicos, assistentes sociais, etc.
- ✓ **Projetos de Acesso ao Mercado:** Atividades ou projetos (por exemplo, Farmacoeconômicos) voltados a pagadores (Ministério ou Secretarias de Saúde, Planos de Saúde, etc) e elaborados de políticas de saúde para demonstrar os impactos sociais e/ou econômicos da doença e que justifiquem a viabilidade financeiro e/ou econômica da inclusão em formulários ou protocolos privados e/ou públicos do produto em questão. Contribuição para aumento do acesso de pacientes ao tratamento.
- ✓ **Projetos para Pacientes:** Atividades ou projetos ligados à conscientização da população sobre doenças e/ou programas de suporte a pacientes que minimizem o impacto da enfermidade ou facilitem adoção do tratamento recomendado.
- ✓ **Outros Stakeholders (opcional):** Projetos ou estudos elaborados para atingir outros públicos não listados acima; Integração das campanhas multi-públicos.

### Performance Quantitativa:

- Auditorias usuais de mercado farmacêutico institucional, como DataSUS, Non Retail Channel (IMS) ou similares.
- Pesquisas primárias ou ad-hoc próprias ou consorciadas.
- Dados internos, como vendas internas, número de pacientes captadas pela Força de Vendas ou outros colaboradores.
  
- Serão escolhidos 3 produtos finalistas que farão uma apresentação presencial ao Júri.

# 40º Prêmio Lupa de Ouro 2016

Local: WTC – Golden Hall – 28/10/2016

## 5. - AVALIAÇÃO DOS FINALISTAS

- Os três finalistas apresentarão o seu projeto a um júri formado por três executivos da indústria farmacêutica.
- O júri de avaliação será composto exclusivamente por Profissionais da indústria com ampla experiência nas áreas de Marketing, Inteligência de Mercado, Produtividade e Efetividade e Comercial em negócios Non-Retail. Terão prioridade os participantes do conselho consultivo do Grupemef (**excluindo-se executivos pertencentes às empresas finalistas**).
- Os finalistas serão julgados com base nos seguintes quesitos de avaliação:  
**Planejamento, execução e resultados.**  
**O júri dará uma nota de 0 a 10 para cada um dos critérios acima.**

O responsável pela campanha terá **20 minutos** para fazer sua apresentação oral ao júri, cobrindo os seguintes tópicos: **Planejamento, execução e resultados**. Pela especificidade destes mercados apresentamos abaixo uma sugestão de conteúdo para estas apresentações:

- ✓ **Projetos para Profissionais de Saúde:** Campanhas de marketing e promoção médica para os diversos tipos de profissionais de saúde ligados a prescrição e/ou manejo do produto em questão, tais médicos prescritores, Key Opinion Leaders (Líderes de Opinião Chave), enfermeiros(as), paramédicos, assistentes sociais, etc.
- ✓ **Projetos de Acesso ao Mercado:** Atividades ou projetos (por exemplo, Farmacoeconômicos) voltados a pagadores (Ministério ou Secretarias de Saúde, Planos de Saúde, etc) e elaborados de políticas de saúde para demonstrar os impactos sociais e/ou econômicos da doença e que justifiquem a viabilidade financeiro e/ou econômica da inclusão em formulários ou protocolos privados e/ou públicos do produto em questão; Contribuição para aumento do acesso de pacientes ao tratamento.
- ✓ **Projetos para Pacientes:** Atividades ou projetos ligados à conscientização da população sobre doenças e/ou programas de suporte a pacientes que minimizem o impacto da enfermidade ou facilitem adoção do tratamento recomendado.
- ✓ **Outros Stakeholders (opcional):** Projetos ou estudos elaborados para atingir outros públicos não listados acima; Integração das campanhas multi-públicos.

## 40º Prêmio Lupa de Ouro 2016

Local: WTC – Golden Hall – 28/10/2016

### Performance Quantitativa:

- ✓ Auditorias usuais de mercado farmacêutico institucional, como DataSUS, Non Retail Channel (IMS) ou similares.
- ✓ Pesquisas primárias ou ad-hoc próprias ou consorciadas
- ✓ Dados internos, como vendas internas, número de pacientes captadas pela Força de Vendas ou outros colaboradores.
  
- Caberá ao coordenador das atividades comunicar ao apresentador o tempo restante e interromper, se necessário, ao final do tempo determinado.

Após a apresentação, os participantes do júri poderão fazer perguntas ao apresentador, sendo no máximo 3 (três) perguntas (sempre ligadas à apresentação) respeitando o tempo máximo de **10 minutos**.

**O vencedor será o projeto melhor avaliado pelo júri.**