

40º Prêmio Lupa de Ouro 2016

Local: WTC – Golden Hall – 28/10/2016

REGULAMENTO

PERFORMANCE DE MARKETING - PRODUTO PRESCRIÇÃO

1. - ELEGIBILIDADE

Para participar dessa categoria, o produto deverá atender os seguintes requisitos:

- Produtos tarjados com campanha direcionada exclusivamente a médicos, para obtenção de receituário.
- Produtos promovidos à classe médica no período de avaliação, que tenham em junho de 2016 pelo menos 6 meses no mercado.

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 hot site do prêmio – 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:

Imagem da caixa do produto com tarja (em alta resolução; extensão jpg / png) tamanho máximo 2 MB.

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

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. - 1ª FASE DE AVALIAÇÃO

- Os produtos inscritos serão agrupados em categorias, de acordo com a classificação de classes terapêuticas IMS, tais categorias serão formadas de acordo com as inscrições, serão criadas no máximo 7 categorias para produtos de prescrição, sendo que cada categoria deverá ter no mínimo 3 produtos.
- Se houver inscrições para mais que 7 categorias serão selecionadas aquelas com maior número de inscritos.
- Serão selecionados 3 finalistas com base nos seguintes critérios quantitativos:

Critérios de avaliação (Base MAT Junho/2016):

De acordo com as categorias montadas serão utilizados os seguintes critérios:

- Penetração em Market Share de Vendas (Valores) – Auditoria IMS; peso 50%.
- Penetração em Market Share RX - Auditoria Close-up; peso 50%.

*Para produtos lançamento será considerada a penetração por ele obtida no período em que está no mercado.

4. - 2ª FASE DE AVALIAÇÃO

- Os três finalistas apresentarão o seu plano de marketing e execução do mesmo a um júri formado por três executivos da indústria farmacêutica.
- O Júri para segunda fase de avaliação será composto exclusivamente por Profissionais da indústria com ampla experiência nas áreas de Marketing / Inteligência de Mercado ou Comercial.
- 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, abordando os seguintes tópicos: **planejamento, execução e resultados.**
- 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**.

40º Prêmio Lupa de Ouro 2016

Local: WTC – Golden Hall – 28/10/2016

5. – COMPOSIÇÃO DA NOTA FINAL E DEFINIÇÃO DOS VENCEDORES

A nota final será composta pela pontuação da 1ª fase (Avaliação quantitativa) conforme item 3, somando-se a nota da 2ª fase (Avaliação qualitativa) conforme item 4, sendo que:

A 1ª fase (Avaliação quantitativa) vale até 50 pontos:

- 25 pontos para Penetração em Market Share de Vendas (Valores) – Auditoria IMS.
- 25 pontos para Penetração em Market Share RX - Auditoria Close-up.

Para cada um dos critérios acima o participante pontuará da seguinte forma:

- 1º lugar = 25 pontos
- 2º lugar = 12,5 pontos
- 3º lugar = 6,25 pontos

A 2ª fase (Avaliação qualitativa) vale até 50 pontos:

- O ranking será composto com base na soma das notas dos jurados.
 - 1º lugar = 50 pontos
 - 2º lugar = 25 pontos
 - 3º lugar = 12,5 pontos

***Para critério de desempate será usado a melhor colocação na avaliação do Júri**

Abaixo um exemplo da composição da nota final:

CATEGORIA PRESCRIÇÃO - CONTRACEPÇÃO HORMONAL				
	Critérios Quantitativos		Critérios Qualitativos	Pontuação Final
	Penetração MS Vendas (IMS)	Penetração MS Receituário (Close-Up)	Avaliação do Júri	
PRODUTO X	1º Lugar 25 pontos	2º Lugar 12,5 pontos	3º Lugar 12,5 pontos	50
PRODUTO Y	2º Lugar 12,5 pontos	1º Lugar 25 pontos	2º Lugar 25 pontos	62,5
PRODUTO Z	3º Lugar 6,25 pontos	3º Lugar 6,25 pontos	1º Lugar 50 pontos	62,5

Neste exemplo o vencedor é o **PRODUTO Z**, pois o critério de desempate é a melhor colocação na avaliação do Júri.