

44° Prêmio Lupa de Ouro 2020

REGULAMENTO

PERFORMANCE DE MARKETING – LANÇAMENTOS

1. - ELEGIBILIDADE

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

- Produtos com campanha direcionada exclusivamente a médicos, para obtenção de receituário.
- Produtos promovidos à classe médica no período de avaliação, que tenham em junho de 2020 no mínimo 6 e no máximo 23 meses no mercado.
- Obs.: Produtos sem tarja, porém com foco em promoção médica que atendam os critérios acima poderão também ser aceitos nesta categoria.

2. - INSCRIÇÕES

- As inscrições para o Prêmio Lupa de Ouro começam no dia **10/07/2020** e terminam no dia **31/07/2020**.
- Neste período, todos os participantes deverão preencher a ficha de inscrição disponível no hotsite 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 pelo e-mail gibs@sindusfarma.org.br.

44º Prêmio Lupa de Ouro 2020

3. – PRÉ-SELEÇÃO DOS FINALISTAS

- Os 3 finalistas serão selecionados com base em um ranking composto pelos critérios quantitativos abaixo com pesos iguais:

(Base MAT Junho/2020):

- **Penetração de mercado** do produto em **RX – Auditoria Close-up** em seu mercado de atuação.
- **Penetração de mercado** do produto em **Vendas – Auditoria PPP IQVIA** em seu mercado de atuação.
- **Participação de mercado** do produto em **RX – Auditoria Close-up** em seu mercado de atuação.
- **Participação de mercado** do produto em **Vendas – Auditoria PPP IQVIA** em seu mercado de atuação.
- **Volume de vendas em reais Auditoria PPP IQVIA.**
- **Número de Concorrentes / Grau de competitividade** do produto em seu mercado de atuação.

Serão escolhidos 3 produtos finalistas que farão uma apresentação presencial ao Júri.

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 em uma vídeoconferência.
- 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 da Gerência de Inteligência e Business Support do Sindusfarma, **(excluindo-se executivos pertencentes às empresas finalistas)**.
- Cada Jurado dará uma nota de 0 a 10 (podendo usar casas decimais) para cada finalista, considerando os quesitos de avaliação: **Planejamento, execução e resultados.**
- 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**.

O vencedor será o projeto finalista melhor avaliado pelo júri.