

## 44º Prêmio Lupa de Ouro 2020

### REGULAMENTO

#### PERFORMANCE DE MARKETING – PRODUTOS MADUROS

Esta categoria foi criada com o objetivo de premiar campanhas de marketing de produtos maduros, pois reconhecemos que há no mercado vários cases de produtos com alta participação de mercado que ao longo dos anos conseguiram manter sua participação em meio a entrada de novos concorrentes o que consideramos por si só uma grande performance.

#### 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 que tenham em junho de 2020 pelo menos 10 anos no mercado (data de lançamento IQVIA).
- Produtos que tenham pelo menos 1 concorrente genérico/similar durante todo o período MAT Jun/2020.
- 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](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:

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](mailto: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 parâmetros 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.

### 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 videoconferência.
- 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.**