

Local: WTC Teatro – 26/11/2015

Nova Metodologia de Avaliação

Criação das Categorias

1. Foram analisadas as performances das 293 classes terapêuticas nível 3 IMS Health, no mercado ético do canal farmácia varejo brasileiro (PMB). A análise foi realizada comparando o ano fechado de 2014 vs ano fechado de 2013 em volume (unidades). O mercado total cresceu 9% em unidades nesse período.
2. Com isso, classes terapêuticas que cresceram acima da média do mercado com share >1% no mercado total foram consideradas categorias da premiação.
Ex: a classe 3 de Disfunção Erétil cresceu 18% na análise e tornou-se uma das 14 categorias do prêmio. Esse processo conduziu a criação de 9 das 15 categorias.
3. Para as 5 categorias restantes, foi considerada classe terapêutica que cresceu na média do mercado (9%) e classes que cresceram abaixo da média, mas que eram representativas para o mercado total somando 3% ou mais de market share no período.

Produtos indicados ao prêmio

Foram indicados ao prêmio, produtos dentro das categorias (classes terapêuticas 3) indicadas nas seguintes características:

- Produtos Marca/Similar – exclusão de genéricos.
- Produtos Maduros – exclusão de produtos lançados depois de julho de 2012.
- Produtos promovidos à médicos no período do estudo, confirmados através de pesquisa com os laboratórios.

Critério de avaliação

- Maior Índice de Evolução em unidades no período analisado.

Local: WTC Teatro – 26/11/2015

Avaliação do Perfil Prescritivo

- À partir destes mercados montados, foram selecionados na base Close-Up Targeting Audit Pharma todos os médicos prescritores por mercado no período do ano de 2014 (12 meses). Em seguida foi avaliada a sequência e ordem dos produtos líderes em prescrição como primeira opção no Ranking do Perfil Prescritivo dos médicos, indicando quais produtos assim são a 1^a opção de prescrição da maioria dos médicos em cada mercado.

Consolidação dos dados

- Com base nos resultados obtidos com os estudos acima o Grupemef efetuou um ranking ponderado utilizando os resultados (Índice de Evolução IMS do canal farmácia varejo brasileiro PMB) e (Ranking do Perfil Prescritivo Close-Up Targeting Audit Pharma)

Critério de desempate

- Maior Índice de Evolução em unidades no período analisado.

Categoria Empresarial

- Nesta edição teremos a **Categoria Empresarial** que premiará o laboratório mais bem colocado entre as 14 categorias disputadas, para esta premiação utilizaremos um ranking ponderado de acordo com suas colocações nas 14 categorias

Ex.

CATEGORIA EXEMPLO	
1º Colocado	5 pontos
2º Colocado	4 pontos
3º Colocado	3 pontos
4º Colocado	2 pontos
5º Colocado	1 pontos

Ex. Um laboratório foi finalistas em 3 categorias e ficou em 4º colocado em duas e primeiro colocado em uma este laboratório terá um total de 9 pontos no ranking (2 + 2 + 5).

Local: WTC Teatro – 26/11/2015

Critério de desempate (Categoria Empresarial)

Em caso de empate receberá o prêmio o laboratório com mais produtos vencedores, caso tenhamos empate utilizando este critério receberá o prêmio o laboratório com os produtos mais bem colocados no ranking.