



Avaliado: JOSE

Cargo: GERENTE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

Data de Admissão: 15/06/2015

Gestor: CAIO

Ciclo: Avaliação de Metas - 2016



METAS EMPRESA

Custo Unitário Operacional (CPP)

Economia gerada sobre o CPP Médio do 1º trimestre de 2016 comparado ao CPP Médio do 2º semestre 2016.
I QT *A base de N1 é calculada considerando o mix de Jan-Mar/16 dos Bancos e o dólar médio do período de R\$ 3,86.
 **Para fins de apuração da meta, a base será ajustada para o mesmo dólar realizado, excluindo o efeito cambial.

		Peso
		10,00 %
N1	0,00	
N2	-1,50	
N3	-3,00	
N4	-4,50	
N5	-6,00	

Apuração Final	5,00
Resultado	0,5

Venda Direta ao Participante

% de representatividade sobre o total de faturamento de pontos novos no 2º semestre 2016: Quantidade
N QT faturada de Pontos para Pessoa Física / Total de pontos Novos faturados.
 *Não considera o montante faturado aos Bancos referente aos pontos migrados.

		Peso
		10,00 %
N1	0,30	
N2	0,80	
N3	1,30	
N4	2,15	
N5	3,00	

Apuração Final	5,00
Resultado	0,5

Lucro Líquido e Geração de Riquezas

Lucro líquido gerado pela empresa + desconto em relação ao orçamento.
N QT *Considera cumprimento do calendário de migração orçado. No caso de postergação ou adiantamento da migração, o lucro líquido orçado será reajustado para fins de meta corporativa.
 **Não considera montantes extra-budget aprovados em CA, como os R\$ 10mm de aporte adicional de Marketing.

		Peso
		10,00 %
N1	-69.000.000,00	
N2	-64.500.000,00	
N3	-60.000.000,00	
N4	-55.500.000,00	
N5	-51.000.000,00	

Apuração Final	5,00
Resultado	0,5

Total da Seção : 40,00%

QUANTITATIVAS (ÁREA)

Campanhas

N QL Estabelecer um processo contínuo de campanhas para estimular o relacionamento com os clientes, a venda de produtos e aquisição de novos clientes através do canal e-mail (Newsletter, promoções, etc...).

		Peso
		10,00 %
N1	Estruturação de Dados - Organizar o bancos de dados para que possa ser realizadas segmentações para suportar as diversas Campanhas,	
N2	N1+ Definir e implantar ao menos 20 campanhas distintas até dezembro,	
N3	N2 + Operação e Automação das Campanhas - ao menos 5 das campanhas implantadas de forma automatizada no mês de dezembro,	
N4	N3 + Atingir ao menos 6 vezes 80% dos clientes autenticados até dezembro,	
N5	N4 + Ter ao menos 30 campanhas distintas em produção no mês de dezembro,	

Justificativa do Avaliado

Atingimento conforme evidências em anexo

Justificativa do Gestor

Aprovado.

Realizado Auto	5,00
Nota Final Auto	0,5
Apuração Final	5,00
Resultado	0,5

Mix Resgate Prod. Serv. E Ag. Viagens [%]

N QT % da Quantidade do Volume de Resgate realizado nos Parceiros de Produtos, Serviços e Agencia de Viagens nos Canais no 2o semestre
Formula: Total de Resgate PSV / Total Resgate
Filtros: Parceiros de Produtos, Serviços e Agencia de Viagens

		Peso
		10,00 %
N1	30,00	
N2	32,00	
N3	34,00	
N4	36,00	
N5	38,00	

Justificativa do Avaliado

Árvore de valor

Justificativa do Gestor

Aprovado, meta da árvore de valor.

Realizado Auto	3,18
Nota Final Auto	0,32
Apuração Final	3,18
Resultado	0,32

Total da Seção : 40,00%**QUALITATIVA****Avaliação de Competência**

Nota resultante do eixo gestor da Avaliação de Competência

N QT Descrição de Meta Avaliação de Competências

		Peso
		20,00 %
N1	0,00	
N2	0,00	
N3	3,00	
N4	0,00	
N5	0,00	

Realizado Auto	3,40
Nota Final Auto	0,68
Apuração Final	3,40
Resultado	0,68

Total da Seção : 20,00%**Classificação da Meta****I** Meta Invertida - Quanto menor, melhor**N** Meta Normal - Quanto maior, melhor**Tipo da Meta****QL** Meta Qualitativa**QT** Meta Quantitativa**Assinaturas:**