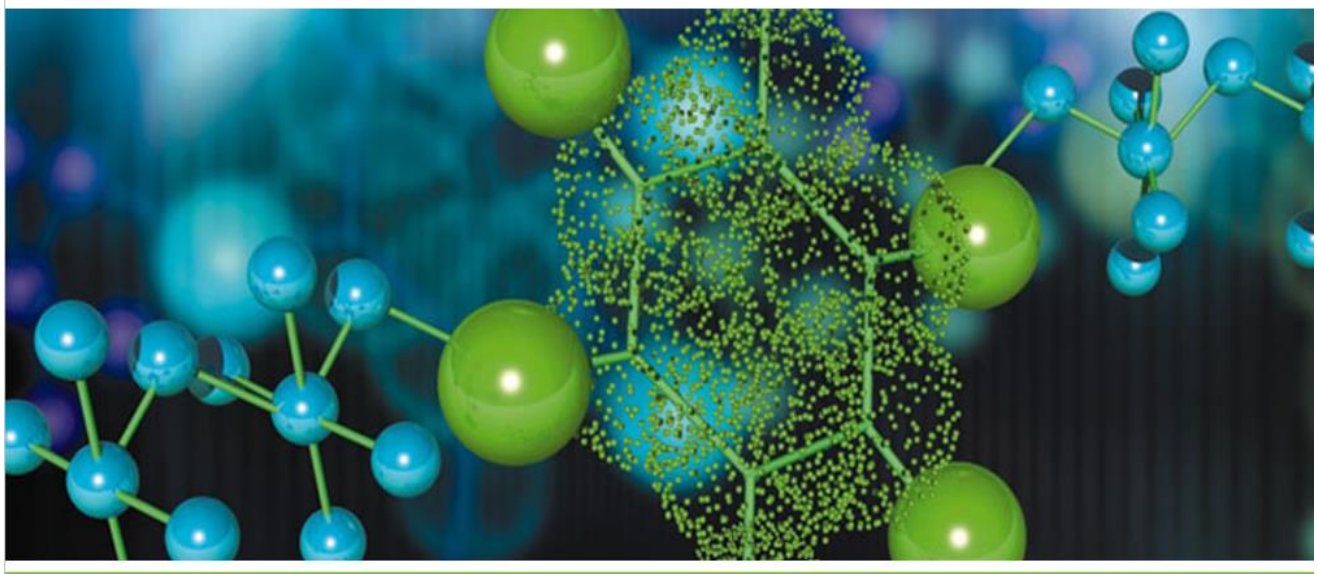
Libbs



1. CONCEITO.

O prêmio mensal para os colaboradores elegíveis da Força de Vendas consiste no cálculo de remuneração variável que está condicionado ao cumprimento de metas previamente estabelecidas pela empresa.

As cotas se aplicam aos produtos que compõem a Grade de Premiação Força de Vendas - “GPFV”, sendo compostas e definidas, para a Equipe B2B, pelos seguintes indicadores:

DEFINIÇÃO DOS INDICADORES:

- A métrica utilizada é de Vendas Diretas realizadas pela Libbs, em Reais, utilizando o faturamento bruto comercial. Esta informação é apurada exclusivamente através de sistema SAP utilizado pela empresa, com periodicidade mensal e abatidas eventuais deduções.

- A outra métrica utilizada é Demanda em Unidades Equivalentes, que é a venda em unidades equivalentes dos distribuidores em todos os canais exceto transferência, bem como a demanda direta realizada pela empresa. Esta informação é apurada exclusivamente através de auditoria de mercado – MDTR (IQVIA), com periodicidade mensal.

2. ELEGÍVEIS À "PFV".

São elegíveis à "PFV", os funcionários da Libbs sendo esses: Gerente Nacional de Vendas, Gerente Nacional de Demanda, Gerentes de Vendas, Gerentes de Demanda e Consultores Técnicos de Vendas, que integram a Força de Vendas da Unidade de Negócios B2B.

3. CRITÉRIO DE DEFINIÇÃO DA "GPFV".

A "GPFV" será composta por produtos comercializados e promovidos pela empresa que estará disponível para consulta dentro do Portal de Premiação.

Os **Gerentes de Vendas** da Equipe de Vendas B2B terão dois modelos de metas, para o mesmo indicador definido no item 1 acima:

A) A métrica de **Vendas Total Brasil em Reais (peso 40%)**: todos os funcionários que compõem a equipe de Vendas B2B e tem uma cota comum, qual seja, gerar o volume de vendas (Reais) necessário para o atingimento da cota geral/equipe, por todas as marcas promovidas (percentual de atingimento resultante da performance do time, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas);

B) A métrica de **Vendas Brasil por Produto em Reais (peso 60%)**: todos os funcionários que compõem a equipe de Vendas B2B e tem uma cota comum, qual seja, gerar o volume de vendas por marca em Reais, necessário para o atingimento da cota geral/equipe, por todas as marcas promovidas (percentual de atingimento resultante da performance do time, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas);

Os **Consultores Técnicos de Vendas (Oncologia e Hematologia)** da Equipe B2B terão dois modelos de metas, para o mesmo indicador definido no item 1 acima:

A) A métrica de **Demanda por Território em Unidades Equivalentes (peso 60%)**: todos os funcionários que compõem a equipe e reportam-se ao mesmo Gerente de Demanda tem a cota individual de seu território, qual seja, gerar o volume de demanda em unidades equivalentes (somatória das unidades equivalentes do trimestre) necessário para o atingimento da cota apenas pelas marcas promovidas da linha B2B (percentual de atingimento resultante da performance do território, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas) e os respectivos pesos definidos para cada marca.

B) A métrica de **Demanda Regional em Unidades Equivalentes (peso 40%)**: todos os funcionários que compõem a equipe e reportam-se ao mesmo Gerente de Demanda tem a cota regional, qual seja, gerar o volume de demanda em unidades equivalentes (somatória das unidades equivalentes do trimestre) necessário para o atingimento da cota apenas pelas marcas promovidas da linha B2B (percentual de atingimento resultante da performance do time, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas) e os respectivos pesos definidos para cada marca.

Os **Gerentes de Demanda (Oncologia)** da Equipe B2B terão dois modelos de metas, para o mesmo indicador definido no item 1 acima:

A) A métrica de **Demanda Regional em Unidades Equivalentes (peso 60%)**: todos os gerentes de demanda tem a cota regional, qual seja, gerar o volume de demanda em unidades equivalentes (somatória das unidades equivalentes do trimestre) necessário para o atingimento da cota apenas pelas marcas promovidas da linha B2B (percentual de atingimento resultante da performance da regional, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas) e os respectivos pesos definidos para cada marca.

B) A métrica de **Demanda Brasil em Unidades Equivalentes (peso 40%)**: todos os funcionários que compõem a equipe e reportam-se ao gerente nacional serão responsáveis pela cota Brasil, qual seja, gerar o volume de demanda em unidades equivalentes (somatória das unidades equivalentes do trimestre) necessário para o atingimento da cota apenas pelas marcas promovidas da linha B2B (percentual de atingimento resultante da performance Brasil, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas) e os respectivos pesos definidos para cada marca.

Os **Gerentes de Demanda (Hematologia)** da Equipe B2B terá um modelo de meta, definido no item 1 acima:

A) A métrica de **Demanda Regional em Unidades Equivalentes (peso 100%)**: todos os gerentes de demanda tem a cota regional, qual seja, gerar o volume de demanda em unidades equivalentes (somatória das unidades equivalentes do trimestre) necessário para o atingimento da cota apenas pelas marcas promovidas da linha B2B (percentual de atingimento resultante da performance da regional, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas) e os respectivos pesos definidos para cada marca.

Os **Gerente Nacional de Vendas** da Equipe B2B terá dois modelos de metas, para o mesmo indicador definido no item 1 acima:

A) A métrica de **Demanda Brasil em Unidades Equivalentes (peso 50%)**: todos os funcionários que compõem a equipe e reportam-se ao gerente nacional serão responsáveis pela cota Brasil, qual seja, gerar o volume de demanda em unidades equivalentes (somatória das unidades equivalentes do trimestre) necessário para o atingimento da cota apenas pelas marcas promovidas da linha B2B (percentual de atingimento resultante da performance Brasil, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas) e os respectivos pesos definidos para cada marca.

B) A métrica de **Vendas Brasil por Produto em Reais (peso 50%)**: todos os funcionários que compõem a equipe de Vendas B2B e tem uma cota comum, qual seja, gerar o volume de vendas por marca em Reais, necessário para o atingimento da cota geral/equipe, por todas as marcas promovidas (percentual de atingimento

resultante da performance do time, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas);

Os **Gerente Nacional de Demanda** da Equipe B2B terá dois modelos de metas, para o mesmo indicador definido no item 1 acima:

A) A métrica de **Demanda Brasil em Unidades Equivalentes (peso 80%)**: todos os funcionários que compõem a equipe e reportam-se ao gerente nacional serão responsáveis pela cota Brasil, qual seja, gerar o volume de demanda em unidades equivalentes (somatória das unidades equivalentes do trimestre) necessário para o atingimento da cota apenas pelas marcas promovidas da linha B2B (percentual de atingimento resultante da performance Brasil, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas) e os respectivos pesos definidos para cada marca.

B) A métrica de **Vendas Brasil por Produto em Reais (peso 20%)**: todos os funcionários que compõem a equipe de Vendas B2B e tem uma cota comum, qual seja, gerar o volume de vendas por marca em Reais, necessário para o atingimento da cota geral/equipe, por todas as marcas promovidas (percentual de atingimento resultante da performance do time, considerando a somatória dos resultados sobre a somatória das cotas);

Independentemente dos produtos que compõem a Grade de Premiação da Força de Vendas – GPFV durante determinado período, é atribuição contratual e profissional de todos os funcionários elegíveis exercerem as respectivas atividades de forma regular, simultaneamente ou não e segundo for determinado de acordo com as estratégias da empresa, para todos os demais produtos comercializados. Ou seja, a GPFV não limita

as atividades profissionais dos funcionários aos respectivos produtos integrantes da mesma (e independentemente da equipe da qual cada empregado faz parte), os quais são eleitos pela empresa para fins de premiação em razão da sua importância estratégica em dado período e ou área geográfica.

Existe uma Grade de Premiação Força de Vendas "GPFV" para contemplar a Equipe B2B: (auditoria MDTR: onde é apurada a demanda em unidades equivalentes), que está disponível para consulta na sessão "Grade de Premiação" dentro do Portal de Premiação.

RECUPERAÇÃO SEMESTRAL E ANUAL

4. PESOS DA GRADE DE PREMIAÇÃO DA FORÇA DE VENDAS

Os pesos para cada marca/produto integrante da GPFV podem variar considerando as condições específicas de cada território, período e estratégia de marketing (por exemplo, lançamento de produto, padronização de produto). Fica definido também que quando um produto for lançado, o mesmo receberá valor target pelo período de 3 meses.

A partir do início de vigência do presente manual, bem como nas eventuais alterações, os produtos e respectivos pesos integrantes da "GPFV" serão aprovados pela respectiva diretoria, denominado Grade de Premiação da Força de Vendas, com a indicação do respectivo período/exercício de vigência.

5. REFERENCIAL DA COTA/INDICADOR.

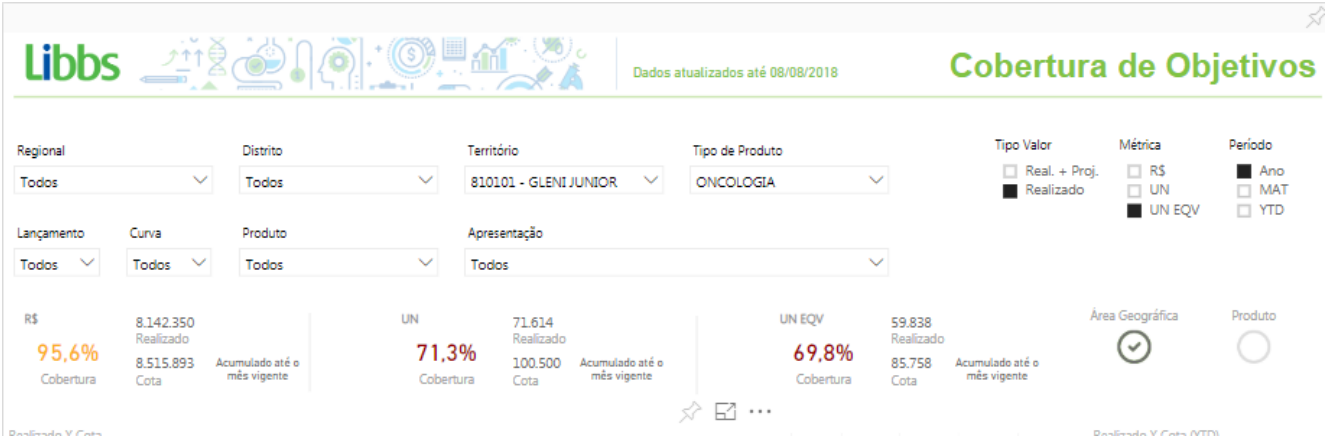
A cota/indicador para cada produto integrante da “GPFV” será fixada da seguinte forma:

Demanda em unidades equivalentes nos canais de distribuição, conforme definido no item 1 acima. As cotas estarão disponíveis no sistema denominado Power BI que se encontra no caminho https://app.powerbi.com/groups/me/apps e poderá ser acessado através do navegador web.

Para acessar suas cotas pelo sistema Power BI, basta seguir os passos abaixo:

Acesse o item abaixo – Demanda – B2B

No relatório Cobertura de Objetivos, selecione o item tipo Valor: realizado, Métrica “UN EQV” e período: ano.



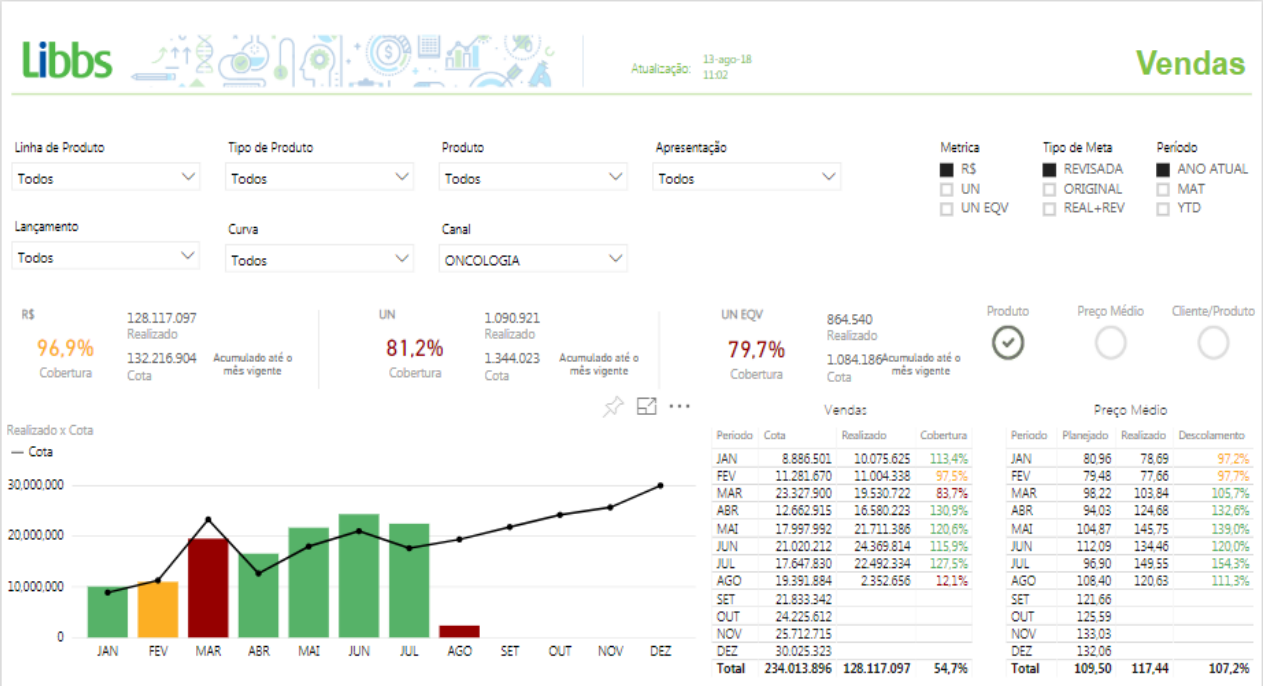
Na parte inferior do relatório temos as informações de cota e realizado dos produtos do território selecionado:

Curva	Produto		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
A	ATRED	Cobertura	99,7%	68,9%	92,1%	150,7%	181,1%	134,6%	234,4%	63,2%				
		Cota	39	38	54	37	43	44	43	45	44	46	46	49
		Histórico	16	21	34	20	13	26	30	29	9	37	20	54
		Realizado	39	26	49	55	79	60	101	29				
		Evol. Prevista	150,8%	81,0%	58,7%	82,0%	224,0%	67,7%	41,7%	58,3%	389,3%	22,5%	130,4%	-9,8%
		Evol. Real	150,0%	24,8%	46,2%	174,3%	486,6%	125,8%	232,2%	0,0%				
	DOCELIBBS	Cobertura	93,7%	58,7%	152,8%	181,3%	121,2%	127,0%	232,7%	15,8%				
		Cota	143	154	201	148	172	178	165	176	169	165	163	182
		Histórico	48	82	169	86	75	76	70	95	106	200	200	125
		Realizado	135	90	307	268	209	227	383	28				
		Evol. Prevista	200,5%	87,5%	19,3%	71,1%	128,6%	134,9%	136,9%	84,5%	60,2%	-17,7%	-18,6%	46,0%
		Evol. Real	181,7%	10,1%	82,3%	210,1%	177,1%	198,4%	451,4%	-70,9%				
	ONTAX	Cobertura	123,2%	91,8%	77,4%	114,0%	176,2%	111,0%	133,2%	20,4%				
		Cota	410	409	573	411	464	491	479	494	476	483	467	552
		Histórico	449	211	402	266	428	325	219	416	488	445	323	547
		Realizado	505	375	443	468	819	545	638	101				
		Evol. Prevista	-8,6%	93,7%	42,5%	54,2%	8,6%	51,0%	118,5%	18,7%	-2,4%	8,5%	44,6%	0,8%
		Evol. Real	12,6%	77,9%	10,2%	75,8%	91,4%	67,5%	191,2%	-75,7%				
	ZEDORA	Cobertura			124,7%	142,2%	124,2%	95,6%	154,0%	45,8%				
		Cota			10	19	29	55	71	73	87	104	125	144
		Histórico												
		Realizado			12	27	36	53	109	33				
		Evol. Prevista												

Para a métrica Vendas Internas em Reais, conforme definido no item 1 acima. As cotas estarão disponíveis no sistema interno denominado “Power BI” que se encontra no endereço: https://app.powerbi.com/groups/me/apps que poderá ser acessado através do navegador web.

Selecione o relatório Vendas – B2B

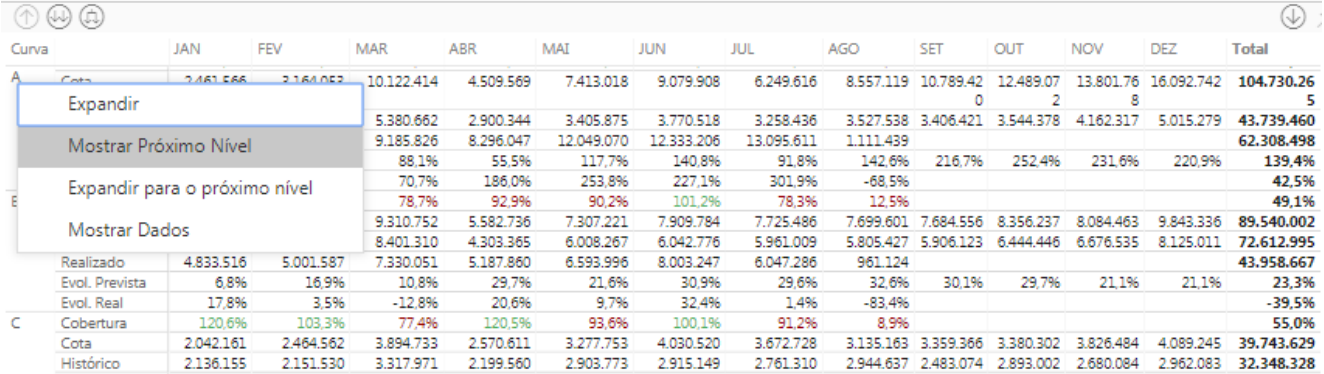
No relatório de Vendas, selecione a métrica “R$”, Tipo de Meta “revisada” e período “Ano atual”. Para visualizar os dados de cota e realizado, visualize a parte inferior do relatório (conforme próxima tela).



Período	Cota	Realizado	Cobertura
JAN	8.886.501	10.075.625	113,4%
FEV	11.281.670	11.004.338	97,5%
MAR	23.327.900	19.530.722	83,7%
ABR	12.662.915	16.580.223	130,9%
MAI	17.997.992	21.711.386	120,6%
JUN	21.020.212	24.369.814	115,9%
JUL	17.647.830	22.492.334	127,5%
AGO	19.391.884	2.352.656	12,1%
SET	21.833.342		
OUT	24.225.612		
NOV	25.712.715		
DEZ	30.025.323		
Total	**234.013.896**	**128.117.097**	**54,7%**

Período	Planejado	Realizado	Descolamento
JAN	80,96	78,69	97,2%
FEV	79,48	77,66	97,7%
MAR	98,22	103,84	105,7%
ABR	94,03	124,68	132,6%
MAI	104,87	145,75	139,0%
JUN	112,09	134,46	120,0%
JUL	96,90	149,55	154,3%
AGO	108,40	120,63	111,3%
SET	121,66		
OUT	125,59		
NOV	133,03		
DEZ	132,06		
Total	**109,50**	**117,44**	**107,2%**

Para visualizar as informações no nível de produto, selecionar com o botão direito, a opção “mostrar próximo nível”.



Curva		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
A	Cota	2.461.566	3.164.053	10.122.414	4.509.569	7.413.018	9.079.908	6.249.616	8.557.119	10.789.420	12.489.072	13.801.768	16.092.742	**104.730.265**
				5.380.662	2.900.344	3.405.875	3.770.518	3.258.436	3.527.538	3.406.421	3.544.378	4.162.317	5.015.279	**43.739.460**
				9.185.826	8.296.047	12.049.070	12.333.206	13.095.611	1.111.439					**62.308.498**
				88,1%	55,5%	117,7%	140,8%	91,8%	142,6%	216,7%	252,4%	231,6%	220,9%	**139,4%**
				70,7%	186,0%	253,8%	227,1%	301,9%	-68,5%					**42,5%**
B				78,7%	92,9%	90,2%	101,2%	78,3%	12,5%					**49,1%**
				9.310.752	5.582.736	7.307.221	7.909.784	7.725.486	7.699.601	7.684.556	8.356.237	8.084.463	9.843.336	**89.540.002**
				8.401.310	4.303.365	6.008.267	6.042.776	5.961.009	5.805.427	5.906.123	6.444.446	6.676.535	8.125.011	**72.612.995**
	Realizado	4.833.516	5.001.587	7.330.051	5.187.860	6.593.996	8.003.247	6.047.286	961.124					**43.958.667**
	Evol. Prevista	6,8%	16,9%	10,8%	29,7%	21,6%	30,9%	29,6%	32,6%	30,1%	29,7%	21,1%	21,1%	**23,3%**
	Evol. Real	17,8%	3,5%	-12,8%	20,6%	9,7%	32,4%	1,4%	-83,4%					**-39,5%**
C	Cobertura	120,6%	103,3%	77,4%	120,5%	93,6%	100,1%	91,2%	8,9%					**55,0%**
	Cota	2.042.161	2.464.562	3.894.733	2.570.611	3.277.753	4.030.520	3.672.728	3.135.163	3.359.366	3.380.302	3.826.484	4.089.245	**39.743.629**
	Histórico	2.136.155	2.151.530	3.317.971	2.199.560	2.903.773	2.915.149	2.761.310	2.944.637	2.483.074	2.893.002	2.680.084	2.962.083	**32.348.328**

Com isso, a visualização será detalhada por produto.

Produto		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
ANASTROLIBBS	Cobertura	128,9%	168,7%	95,8%	75,3%	80,0%	80,8%	68,7%	10,7%					**52,1%**
	Cota	372.707	454.297	729.300	703.340	638.333	669.457	735.949	686.224	657.180	664.542	721.242	845.966	**7.878.538**
	Histórico	408.670	452.678	716.870	293.268	466.176	448.332	567.416	467.262	589.806	743.899	898.722	825.858	**6.878.955**
	Realizado	480.323	766.391	698.948	529.387	510.908	541.229	505.244	73.449					**4.105.878**
	Evol. Prevista	-8,8%	0,4%	1,7%	139,8%	36,9%	49,3%	29,7%	46,9%	11,4%	-10,7%	-19,7%	2,4%	**14,5%**
	Evol. Real	17,5%	69,3%	-2,5%	80,5%	9,6%	20,7%	-11,0%	-84,3%					**-40,3%**
ATRED	Cobertura	56,8%	120,0%	78,0%	128,8%	100,0%	97,4%	158,3%	24,7%					**58,9%**
	Cota	467.097	561.038	922.558	425.604	581.895	635.685	537.354	607.811	603.427	691.651	652.723	790.815	**7.477.658**
	Histórico	499.707	468.260	1.018.959	487.810	493.455	753.260	535.642	559.158	627.347	654.858	1.019.683	862.813	**7.980.952**
	Realizado	265.280	673.148	719.479	548.376	581.830	619.280	850.560	150.003					**4.407.957**
	Evol. Prevista	-6,5%	19,8%	-9,5%	-12,8%	17,9%	-15,6%	0,3%	8,7%	-3,8%	5,6%	-36,0%	-8,3%	**-6,3%**
	Evol. Real	-46,9%	43,8%	-29,4%	12,4%	17,9%	-17,8%	58,8%	-73,2%					**-44,8%**
DOCELIBBS	Cobertura	127,3%	96,9%	80,6%	127,8%	107,0%	108,7%	103,8%	7,9%					**58,1%**
	Cota	592.629	774.780	1.395.820	670.940	1.006.672	1.036.215	964.052	999.775	1.018.388	1.041.022	994.168	1.164.331	**11.658.792**
	Histórico	452.580	639.252	1.219.960	733.361	866.840	854.135	852.155	988.350	938.185	1.002.005	1.007.780	1.559.896	**11.114.499**
	Realizado	754.603	751.085	1.124.684	857.429	1.077.242	1.126.371	1.001.159	79.177					**6.771.750**
	Evol. Prevista	30,9%	21,2%	14,4%	-8,5%	16,1%	21,3%	13,1%	1,2%	8,5%	3,9%	-1,4%	-25,4%	**4,9%**
	Evol. Real	66,7%	17,5%	-7,8%	16,9%	24,3%	31,9%	17,5%	-92,0%					**-39,1%**
FAULBLASTINA	Cobertura	122,0%	194,6%	42,5%	230,9%	14,5%	123,2%	190,7%	15,5%					**58,2%**
	Cota	106.914	103.894	278.200	114.314	189.489	199.860	126.214	200.937	200.767	200.690	204.898	239.390	**2.165.566**
	Histórico	95.430		172.185	99.948	208.311	142.196		333.944	355.610	194.886	203.685	212.064	**2.018.259**
	Realizado	130.471	202.160	118.249	264.000	27.496	246.173	240.743	31.091					**1.260.382**
	Evol. Prevista	12,0%		61,6%	14,4%	-9,0%	40,6%		-39,8%	-43,5%	3,0%	0,6%	12,9%	**7,3%**
	Evol. Real	36,7%		-31,3%	164,1%	-86,8%	73,1%		-90,7%					**-37,6%**
FAULDACAR	Cobertura	54,8%	45,7%	53,5%	82,6%	78,1%	129,1%	83,0%	7,4%					**41,2%**
	Cota	277.629	319.647	439.017	258.556	365.267	217.954	316.558	322.169	335.186	362.225	305.258	365.914	**3.885.380**
	Histórico	309.483	185.555	438.345	255.214	366.642	371.856	289.420	255.503	231.110	270.679	247.718	219.141	**3.440.665**

5.1. ALOCAÇÃO DAS DEMANDAS.

A alocação da demanda seguirá o seguinte fluxo:
É realizada a apuração sobre toda demanda do MDTR, de todos os canais exceto transferência. O canal privado inclui: cadeias de farmácia, redes, planos de saúde, farmácias independentes, deliveries, serviços de oncologia, clinicas, hospitais e outros. O canal transferência (venda entre distribuidores) será excluído da apuração da demanda.

Com base nos dados do IQVIA/MDTR teremos o processo de apuração da demanda de cada território de acordo com demanda apurada de forma direta no brick (área de atuação) do Consultor B2B.

6. FIXAÇÃO DAS COTAS.

Com base no objetivo geral da empresa as cotas para cada produto/marca estarão disponíveis aos funcionários elegíveis por meio de planilhas em Excel por intermédio de repositório de arquivos (escritório virtual) e/ou sistema interno denominado “Power BI” ou por outro mecanismo que consolide todas as cotas, de modo a garantir aos elegíveis ciência prévia acerca das cotas estipuladas.

Todas as revisões/alterações na composição dos produtos da “GPFV”, das cotas e/ou nos respectivos pesos visando a adequação das estratégias da empresa, sempre deverão ser aprovadas pela Unidade de Negócios B2B e serão informados através do portal de premiação ou via email.

6.1. DEFINIÇÃO DAS COTAS DE DEMANDA E VENDAS.

O procedimento de definição das cotas é de responsabilidade da área de Inteligência de Vendas e Preços juntamente com a área de Marketing B2B dos respectivos produtos. Para definição da cota são considerados dois pilares: (i) representatividade do território em demanda e (ii) e os dados publicados pelo INCA.

Estas informações são disponibilizadas via planilhas em Excel no Escritório Virtual (EV) e sistema interno “Power BI”.

7. AFERIÇÃO DO RESULTADO DAS COTAS DE DEMANDA E VENDAS.

7.1 RESULTADO DA COTA DE DEMANDA

O volume realizado de demanda é captado por uma empresa de auditoria independente - IQVIA - através de uma pesquisa quantitativa que mede o volume de unidades nos canais de distribuição, bem como o volume de unidades decorrentes da venda direta realizada pela empresa aos mesmos canais e utilizando-se das demandas alocadas, conforme descrito no item 5 deste manual. As unidades serão convertidas em unidades equivalentes, de acordo com as diversas apresentações de cada produto.

Exemplo da aplicação da tabela de conversão:

Unidade equivalente é uma unidade de medida que pondera diferentes conteúdos de apresentações de um mesmo produto para uma unidade comparável, por exemplo, 01 tratamento mensal é igual a 01 unidade equivalente.

O tratamento mensal com Ontax utiliza 150mg. Temos apresentações de Ontax com 150mg, 100mg e com 30mg, a apresentação de 150mg terá o fator de equivalência igual a 1, a apresentação de 100mg terá o fator de equivalência de 0,6667 e a apresentação de 30mg terá o fator de equivalência de 0,20.

Assim se tivermos 100 unidades vendidas de cada apresentação, aplicando o fator de equivalência teremos 100 unidades de Ontax de 150mg + 66 unidades de Ontax 100mg + 20 unidades de Ontax 20mg com total de 186 unidades equivalentes para 300 unidades (caixas).

A auditoria independente (MDTR – IQVIA) fornece as informações à empresa por CNPJ de cada cliente da linha hospitalar e farmácias que é alocado conforme a composição geográfica de cada território. A soma dos territórios representam uma equipe (distrito) e a soma dos distritos representam uma regional.

Quando, em determinado território, houver venda direta da empresa para um cliente, na apuração da cota de demanda este volume também será considerado, desde que o respectivo cliente não faça parte do painel de informantes do IQVIA.

Para a cota de unidades equivalentes, o período de referência/competência da aferição/apuração será sempre anterior àquele do pagamento do prêmio, será utilizada a cota e o realizado do trimestre atual. Então consideraremos o período TRIM = “m-2” + “m-3” + “m-4”.

7.2 RESULTADO DA COTA DE VENDAS

O resultado da cota de vendas internas em Reais realizadas pela Libbs, é apurada exclusivamente através de sistema SAP utilizado pela empresa, com periodicidade mensal conforme item 1.

Para a cota de vendas internas em Reais, o mês de referência/competência da aferição/apuração será sempre anterior àquele do pagamento do prêmio, será considerado o período “m-1”, mês atual menos 1.

8. CRITÉRIO DE APURAÇÃO DOS RESULTADOS DA COTA – COBERTURAS MÍNIMAS E MÁXIMAS.

Para cada produto que possui indicador de cotas, o percentual de cobertura em relação à cota fixada terá o limite mínimo de 0,1% de atingimento, ou seja, resultados abaixo de 0,1% não serão considerados para fins de pagamento de premiação.

Apurados os resultados individuais de cada produto, segundo os critérios acima, as respectivas coberturas serão aplicadas na tabela de premiação, observando a faixa de atingimento da marca versus seu peso, conforme designado na GPFV.

A soma dos valores apurados em cada uma das marcas representará a premiação do mês.

A evolução dos referidos percentuais de atingimento para cada um dos cargos contemplados no presente procedimento encontra-se no Anexo 1 (Tabela de Premiação).

DISPONIBILIZAÇÃO DE RESULTADOS MENSAIS

Todos os funcionários elegíveis ao prêmio mensal, terão acesso ao resultado de cálculo apurado através de um site para consulta de extratos de premiação, conforme instruções abaixo:

O funcionário receberá o extrato mensal por email conforme exemplo na figura abaixo.

Ao abrir o anexo, teremos o demonstrativo de cálculo da premiação do funcionário.

No arquivo tem as seguintes informações: dados cadastrais do funcionário, competência do cálculo, produtos, cota, realizado, cobertura, peso do produto, prêmio calculado do produto e total do prêmio. Exemplo:

Libbs

Demonstrativo de Cálculo de Incentivos de Vendas

	:IO PEDROSO	R.E.:	8311	Mês de Pagamento:	Nov/2016
Cargo:	4B-PROPAGANDISTA JR	Setor:	111004		
Unidade de Negócio:	DEMANDA	Time:	DEMANDA SPV		

Cálculo de Cobertura Mensal

DEMANDA - Produtos Propagados					
Produto	Cota	Realizado	Cobertura	Peso Produto	Prêmio
COGLIVE - CDG	365.95	379.00	103.57%	6.50%	31.51
EGIDE - EG	1,027.80	1,025.00	99.73%	2.50%	11.67
ELANI CICLO - EL	19,305.35	17,898.00	92.71%	4.00%	17.36
ELANI 28 - EN	14,643.81	12,870.00	87.89%	4.50%	14.81
FILTRUM COLOR - FT	465.85	408.00	87.58%	4.00%	13.12
GESTINOL - GE	11,867.48	10,543.00	88.84%	0.80%	2.66
IUMI - IU	23,187.23	21,013.00	90.62%	6.00%	25.45
LIBIAM - LI	4,403.20	4,803.00	109.08%	0.50%	2.55
LUMIDYL - LU	932.66	914.00	98.00%	4.50%	20.64
NACTALI - NC	11,113.17	10,390.00	93.49%	5.00%	21.88
NAPRDX - NX	6,982.68	6,469.00	92.64%	0.80%	3.47
NAPRDX A - NA	3,528.81	2,788.00	79.01%	0.80%	2.07
NAPRDX D - ND	3,135.95	2,838.00	90.50%	0.80%	3.39
PLENANCE - PN	5,686.92	5,992.00	105.36%	4.50%	22.19
RECONTER - REC	3,752.35	4,491.00	119.68%	4.50%	24.80
STANGLIT - SL	2,844.19	2,719.00	95.60%	4.50%	20.14
STAVIGILE - ST	732.14	716.33	97.84%	0.50%	2.29
SUMAXPRO - SUP	4,194.47	3,649.00	87.00%	5.50%	17.92
TARFIC - TA	2,986.83	2,513.00	84.14%	4.00%	12.60
TOPISON - TO	4,098.63	3,826.00	93.35%	0.80%	3.50
UMIDITA DERMATO - UD	3,143.62	2,274.66	72.36%	5.50%	13.04
UMIDITA GESTANTE - UG	913.56	707.00	77.39%	5.00%	12.68
VATIS - VAT	353.09	357.98	101.38%	7.50%	35.59
VELIJA - VJ	10,139.77	10,479.00	103.35%	7.00%	33.87
VENZER HCT - VEN	487.75	475.00	97.39%	7.50%	34.19
ZIDER - ZI	644.33	509.00	79.00%	2.50%	6.47
DEMANDA REGIONAL - Produtos Cluster					
Produto	Cota	Realizado	Cobertura	Peso Produto	Prêmio
CEBRALAT - CE	3,311.54	3,584.00	108.23%	2.00%	15.20
COGLIVE - CDG	365.95	379.00	103.57%	21.00%	152.72
PLENANCE - PN	5,686.92	5,992.00	105.36%	14.00%	103.57
PROCIMAX - PX	3,124.40	3,231.00	103.41%	4.00%	29.04
STAVIGILE - ST	732.14	716.33	97.84%	5.00%	34.35
VELIJA - VJ	10,139.77	10,479.00	103.35%	23.00%	166.91
VENZER HCT - VEN	487.75	475.00	97.39%	24.00%	164.12
ZIDER - ZI	644.33	509.00	79.00%	7.00%	27.18
				Total	**1,102.95**

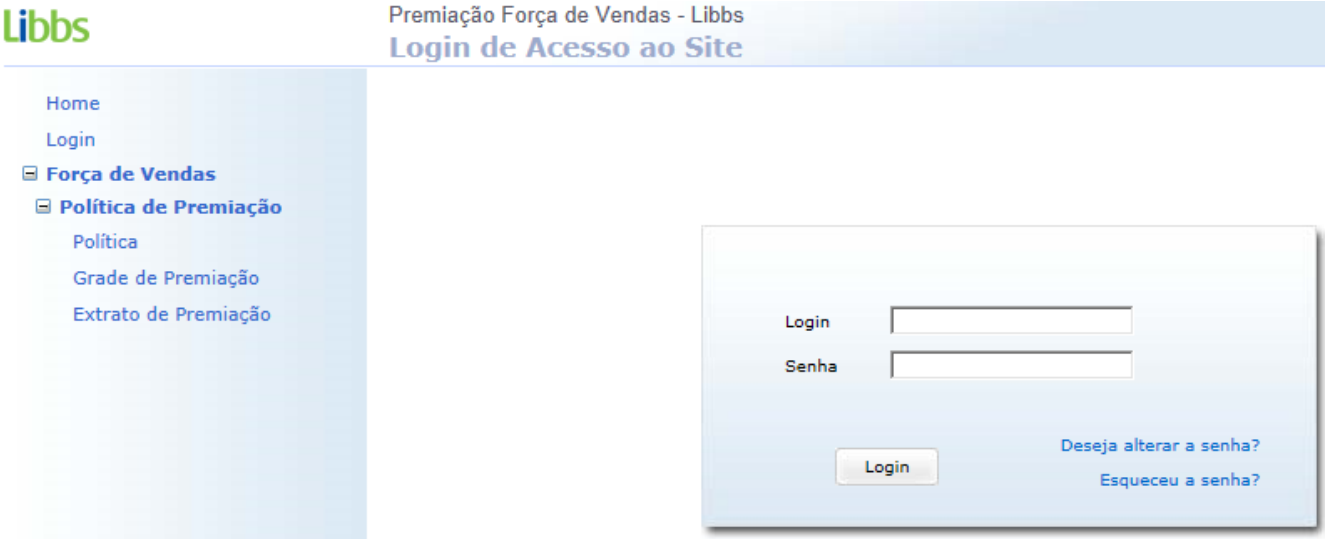
Totais

Cálculo	Dias Trabalhados		
Cálculo de Cobertura	30	Valor Prêmio	1,102.95
		Valor Total a Receber	**1,102.95**

Os extratos podem ser acessados através do portal de premiação, no caminho abaixo:

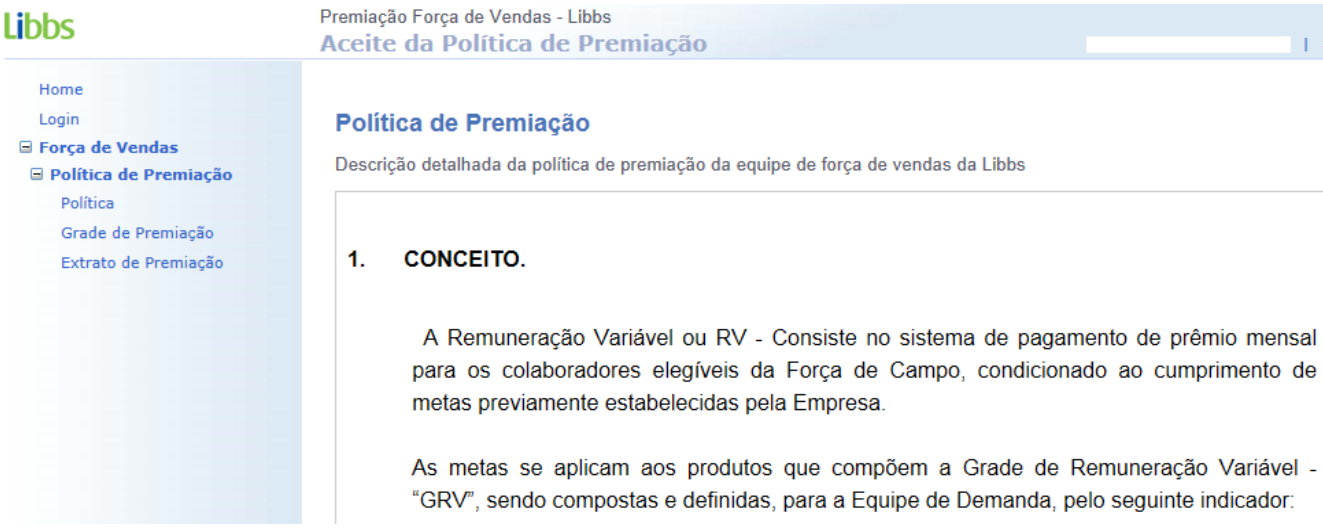
http://www2.advresources.com.br/PCICoach/Libbs/

Na tela abaixo, o funcionário deve inserir o login e senha e selecionar o botão Login.



O funcionário terá acesso ao menu do sistema conforme imagem abaixo.

Ao acessar o item política no menu do sistema, o funcionário terá acesso a política vigente de premiação de sua equipe. Temos as opções de visualizar na tela ou salvar o documento conforme exemplos nas figuras abaixo.



B2C	UMIDITA LOÇÃO HIDRATANTE 260 ML OR	2,17
B2C	UMIDITA LOÇÃO HIDRATANTE 500 ML OR	4,17
B2C	UMIDITA MAMÃE 200 ML OR	1,00
B2C	UMIDITA PERNAS E PÉS 100 G OR	1,00
B2C	UMIDITA ROSTO FPS 25 X 50 ML OR	1,00
B2C	VATIS 150 MG 60 COM REV OR	0,67
B2C	VATIS 150 MG 90 COM VER OR	1,00
B2C	VELIJA 30 MG 30 CAP OR	1,00
B2C	VELIJA 60 MG 30 CAP OR	1,00
B2C	VENZER HCT 16 / 12,5 MG 30 COM OR	1,00
B2C	VENZER HCT 8 / 12,5 MG 30 COM OR	1,00
B2C	VEROTINA 20 MG 28 COM REV OR	1,00
B2C	VEROTINA 20 ML GOTAS OR	0,71
B2C	ZETRON 150 MG 30 COM REV OR	1,00
B2C	ZIDER 10 MG 120 COM REV OR	2,00
B2C	ZIDER 10 MG 30 COM REV OR	0,50
B2C	ZIDER 10 MG 60 COM REV OR	1,00

Ao acessar o item grade de premiação no menu do sistema, o funcionário terá acesso a grade de produtos da sua equipe.
Exemplo:

Grupo	Cluster	Produto	Jan'16 - Abr'16	Mai'16 - Dez'16
Cardio	GD/GR/GNV	Stanglit	6,00%	4,50%
Cardio	GD/GR/GNV	Plenance	6,00%	4,50%
Cardio	GD/GR/GNV	Naprix	1,00%	0,80%
Cardio	GD/GR/GNV	Naprix A	1,00%	0,80%
Cardio	GD/GR/GNV	Naprix D	1,00%	0,00%
Cardio	GD/GR/GNV	Vatis	0,00%	8,00%
Cardio	GD/GR/GNV	Naprix D	0,00%	0,80%
Cardio	GD/GR/GNV	Venzer HCT	0,00%	8,00%
Dermato	GD/GR/GNV	Umidita Dermato	8,00%	6,00%
Dermato	GD/GR/GNV	Lumixyl	6,00%	4,50%
Dermato	GD/GR/GNV	Filtrum Color	5,50%	4,00%

Ao acessar o item extrato de premiação no menu do sistema, o funcionário terá acesso aos extratos de premiação por ano.
Para visualizar o extrato o usuário deve selecionar o link abaixo visualizar referente ao mês desejado. Exemplo:

Aparecerá a mensagem abaixo, onde o usuário poderá abrir ou salvar o extrato.

O extrato é o mesmo documento que o funcionário recebe mensalmente por email, conforme exemplo abaixo.

Libbs

Demonstrativo de Cálculo de Incentivos de Vendas

Colaborador:
Cargo: **4C-PROPAGANDISTA JR**
Unidade de Negócio: **DEMANDA**
R.E.: **8403**
Setor: **111003**
Time: **DEMANDA SPV**
Mês de Pagamento: **Nov/2016**

Cálculo de Cobertura Mensal

DEMANDA - Produtos Propagados

Produto	Cota	Realizado	Cobertura	Peso Produto	Prêmio
COGLIVE - COG	365.95	379.00	103.57%	6.50%	31.51
EGIDE - EG	1,027.80	1,025.00	99.73%	2.50%	11.67
ELANI CICLO - EL	19,305.35	17,898.00	92.71%	4.00%	17.36
ELANI 28 - EN	14,643.81	12,870.00	87.89%	4.50%	14.81
FILTRUM COLOR - FT	465.85	408.00	87.58%	4.00%	13.12
GESTINOL - GE	11,867.48	10,543.00	88.84%	0.80%	2.66
IUMI - IU	23,187.23	21,013.00	90.62%	6.00%	25.45
LIBIAM - LI	4,403.20	4,803.00	109.08%	0.50%	2.55
LUMIXYL - LU	932.66	914.00	98.00%	4.50%	20.64
NACTALI - NC	11,113.17	10,390.00	93.49%	5.00%	21.88
NAPRIX - NX	6,982.68	6,469.00	92.64%	0.80%	3.47
NAPRIX A - NA	3,528.81	2,788.00	79.01%	0.80%	2.07
NAPRIX D - ND	3,135.95	2,838.00	90.50%	0.80%	3.39
PLENANCE - PN	5,686.92	5,992.00	105.36%	4.50%	22.19
RECONTER - REC	3,752.35	4,491.00	119.68%	4.50%	24.80
STANGLIT - SL	2,844.19	2,719.00	95.60%	4.50%	20.14
STAVIGILE - ST	732.14	716.33	97.84%	0.50%	2.29
SUMAXPRO - SUP	4,194.47	3,649.00	87.00%	5.50%	17.92
TARFIC - TA	2,986.83	2,513.00	84.14%	4.00%	12.60
TOPISON - TO	4,098.63	3,826.00	93.35%	0.80%	3.50
UMIDITA DERMATO - UD	3,143.62	2,274.66	72.36%	5.50%	13.04
UMIDITA GESTANTE - UG	913.56	707.00	77.39%	5.00%	12.68
VATIS - VAT	353.09	357.98	101.38%	7.50%	35.59
VELIJA - VJ	10,139.77	10,479.00	103.35%	7.00%	33.87
VENZER HCT - VEN	487.75	475.00	97.39%	7.50%	34.19
ZIDER - ZI	644.33	509.00	79.00%	2.50%	6.47

DEMANDA REGIONAL - Produtos Cluster

Produto	Cota	Realizado	Cobertura	Peso Produto	Prêmio
ELANI CICLO - EL	19,305.35	17,898.00	92.71%	19.00%	123.69
FILTRUM COLOR - FT	465.85	408.00	87.58%	14.00%	68.87
FILTRUM HIDRAT 30 - FHI	342.17	241.00	70.43%	2.00%	6.92
FILTRUM ULTRA SECO - FUS	2,105.45	1,500.00	71.24%	3.00%	10.50

9. PAGAMENTO DO PRÊMIO MENSAL.

O valor do prêmio mensal, se e quando devido e diante dos procedimentos necessários à apuração dos resultados para fins de recebimento pelo funcionário, será incluído na folha de pagamento do mês posterior ao de competência das cotas estabelecidas.

10. PROCEDIMENTO.

10.1. ADMINISTRAÇÃO.

A administração da Remuneração Variável está dividida em:

- Abastecimento das cotas da GPFV por produto, por peso e por território, no momento em que são definidas, assim como nas eventuais revisões (Inteligência de Vendas e Preços - Gerência Planejamento Financeiro);
- Carregar lista de funcionários elegíveis (Recursos Humanos);
- Gerar os arquivos com dados de Demanda MDTR – mensalmente (Inteligência de Vendas e Preços - Gerência Planejamento Financeiro);
- Disponibilizar no site http://cognos.libbs.com.br os dados de Vendas Internas (Inteligência de Vendas e Preços - Gerência Planejamento Financeiro);
- Arquivar relatórios com as cotas estabelecidas, a apuração dos resultados (e informações que os suportem), bem como os valores a serem pagos à força de campo. Tais dados devem ser mantidos em arquivo pelo período mínimo de 5 (cinco) anos (Inteligência de Vendas e Preços - Gerência Planejamento Financeiro/Recursos Humanos).

10.2. APURAÇÃO E APROVAÇÃO DE RESULTADOS.

Fica sob a responsabilidade da área de Inteligência de Vendas e Preços a inserção das cotas e eventual revisão das mesmas.

A obtenção da aprovação final dos objetivos será feita pela Gerencia Planejamento Financeiro juntamente com à Diretoria de Marketing B2B e Gerência Nacional de Vendas B2B - GNV.

A conferência e aprovação do relatório de cálculo mensal dos valores a serem pagos à força de vendas e os envios destas informações ao RH são de responsabilidade da Equipe de Remuneração Variável.

10.3. RESPONSABILIDADES.

O processo de definição, cálculo e manutenção da PFV têm etapas distintas, com responsabilidades definidas.

É responsabilidade do funcionário conferir suas cotas e resultados, assim que divulgados, devendo tirar eventuais dúvidas quanto à sua apuração, sob pena de declarar aceito e de acordo com os valores.

11. REMANEJAMENTO OU TRANSFERÊNCIAS PARA OUTRA EQUIPE – GERENTES E CONSULTORES.

As transferências somente poderão ocorrer no início de cada mês, desde que previamente comunicadas a Recursos Humanos e informadas à Área de Produtividade e Efetividade da Força de Vendas.

Quando houver transferência de colaborador de uma para outra equipe e/ou de um para outro território, a apuração irá ocorrer de forma proporcional ao tempo em exercício da função/cargo e ou área geográfica.

11.1 REDIMENSIONAMENTO DE TERRITÓRIO:

Redimensionamento significa: mudanças com exclusão e/ou inclusão de novas áreas (Bricks – Modelagem padronizada entre as empresas de auditoria que estrutura um conjunto de CEPs para definição geográfica de territórios).

A empresa, por razões de ordem estratégica, poderá alterar, a qualquer tempo, a configuração da extensão geográfica de cada território, redimensionando-o com a inclusão e/ou exclusão de determinada (s) área (s) / Bricks.

Quando a mudança de bricks (inclusão e/ou exclusão) do território ocorrer no meio do mês, está só terá validade a partir do próximo mês.

12. VALORES DOS PRÊMIOS MENSAIS (REFERÊNCIA/BASE DE CÁLCULO).

Nas hipóteses de admissão ou rescisão de contrato de trabalho, o valor do prêmio sempre será apurado e pago proporcionalmente ao período efetivamente trabalhado e informado pelo RH.

13. VIGÊNCIA.

Este Manual de Procedimentos consolida todas as regras a respeito da Premiação da Força de Vendas para a Equipe B2B, substituindo todos os emitidos anteriormente, tendo vigência desde 05.04.2019.

14. PUBLICAÇÃO.

Este Manual será publicado no Portal de Premiação Força de Vendas, garantindo-se ampla acessibilidade e conhecimento a todos os funcionários elegíveis e aos demais interessados, valendo-se o aceite digital como comprovante de leitura e aceite dos termos aqui expressos, caso não haja manifestação por escrito em contrário.

15. TERMO DE ACEITAÇÃO DO MANUAL DE PRÊMIO LIBBS.

O termo de aceitação deste manual, será feito através do Portal de Premiação da Libbs onde todos os funcionários pertencentes a FV Libbs, para fazer parte da Premiação da Força de Vendas deverão dar o seu aceite para o atual Manual.

GLOSSÁRIO:

GPFV: Grade de Premiação da Força de Vendas que explicita os produtos elegíveis à remuneração variável e detalha o peso atribuído a cada produto/time.

PFV: Premiação da Força de Vendas.

IQVIA: Auditoria de Mercado Independente responsável por informar a venda em unidades equivalentes dos distribuidores para os canais hospitalares / varejo (farmácias e redes de farmácias) e em alguns casos deste para o consumidor.

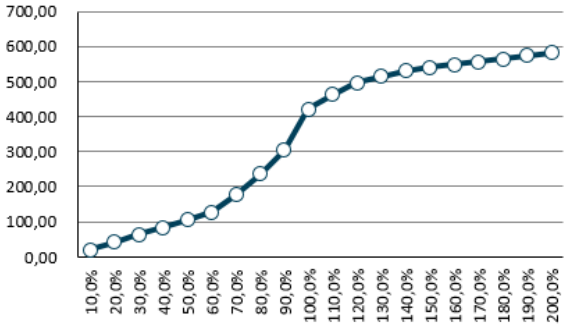
MDTR: Relatório de demanda apurado mensalmente através da coleta de informações, pela empresa IQVIA, quanto ao volume de cada produto comercializado no mercado hospitalar/ varejista em determinado período.

ANEXO 1 – TABELA DE PREMIAÇÃO

Cargo	Fator Cargo
Consultor Técnico de Vendas Jr	100%
Consultor Técnico de Vendas Pl	108%
Consultor Técnico de Vendas Sr	118%
Gerente de Vendas	128%
Gerente de Demanda	150%

Prêmio Base – Consultor de Oncologia JR – **R$4.217,20**

Parâmetros			
Faixas		Multiplicador	Redutor
0%	60%	50%	
60%	70%	60%	
70%	80%	70%	
80%	90%	80%	
90%	110%	100%	
110%	120%		80%
120%	140%		40%
140%	99900%		20%



Exemplos de cálculos de cobertura para premio base				
Cobertura	Multiplicador	Redutor	Prêmio (%)	Prêmio (R$)
50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	1.054,30
60,0%	30,0%	0,0%	30,0%	1.265,16
70,0%	42,0%	0,0%	42,0%	1.771,22
80,0%	56,0%	0,0%	56,0%	2.361,63
90,0%	72,0%	0,0%	72,0%	3.036,38
100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	4.217,20
110,0%	110,0%	0,0%	110,0%	4.638,92
120,0%	110,0%	8,0%	118,0%	4.976,30
130,0%	110,0%	12,0%	122,0%	5.144,98
140,0%	110,0%	16,0%	126,0%	5.313,67
150,0%	110,0%	18,0%	128,0%	5.398,02
160,0%	110,0%	20,0%	130,0%	5.482,36
170,0%	110,0%	22,0%	132,0%	5.566,70
180,0%	110,0%	24,0%	134,0%	5.651,05
190,0%	110,0%	26,0%	136,0%	5.735,39
200,0%	110,0%	28,0%	138,0%	5.819,74