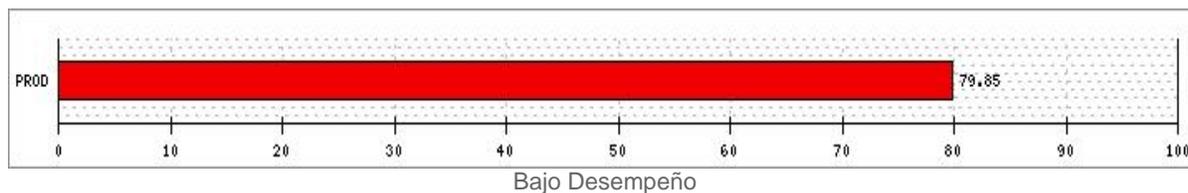


Resumen General

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO 2016- GERENTES1 -OC-A EVALUACION DE DESEMPEÑO POR INDICADORES Y/O COMPETENCIAS



	Competencia	Peso (%)	Autoe	Super	Prom
1	COLABORACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO Excede las expectativas de desempeño	12.50%	4.75	4.25	4.30
2	FOCO EN EL CLIENTE Cumple parcialmente las expectativas	12.50%	4.25	3.25	3.35
3	ORIENTACIÓN A RESULTADOS Cumple parcialmente las expectativas	12.50%	4.50	3.50	3.60
4	LIDERAZGO Bajo Desempeño	12.50%	3.50	3.00	3.05
5	VISIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO Bajo Desempeño	12.50%	3.50	2.50	2.60
6	EMPOWERMENT Cumple las expectativas de desempeño	12.50%	5.00	4.00	4.10
7	NEGOCIACIÓN Cumple parcialmente las expectativas	12.50%	4.00	3.50	3.55
8	MANEJO DE RELACIONES DE NEGOCIO Bajo Desempeño	12.50%	4.00	2.75	2.88
Promedio :					3.43
Promedio en Porcentaje :					85.70%

	Indicador	Peso (%)	Auto	Supe	Prom
1	Auditoría Bajo Desempeño	8%	50.00	0.00	5.00
2	Gastos Overhead Bajo Desempeño	8%	68.00	68.00	68.00
3	Imagen de Marca Bajo Desempeño	10%	50.00	50.00	50.00
4	Inversión Autos MB Cumple parcialmente las expectativas	9%	100.00	80.00	82.00
5	Inversión Buses Cumple las expectativas de desempeño	6%	100.00	100.00	100.00
6	Inversión Camiones Cumple las expectativas de desempeño	7%	100.00	100.00	100.00
7	Inversión CDJ Cumple parcialmente las expectativas	7%	100.00	80.00	82.00
8	Inversión Post Venta Cumple las expectativas de desempeño	6%	100.00	100.00	100.00
9	Participación de mercado Buses Cumple parcialmente las expectativas	3%	90.00	90.00	90.00
10	Participación de mercado Camiones Cumple las expectativas de desempeño	5%	120.00	100.00	102.00

11	Participación de mercado CDJ Bajo Desempeño	4%	0.00	0.00	0.00
12	Participación de mercado MB Cumple parcialmente las expectativas	6%	90.00	90.00	90.00
13	Participación de mercado Vans Cumple parcialmente las expectativas	2%	90.00	90.00	90.00
14	Satisfacción al cliente Cumple parcialmente las expectativas	20%	100.00	80.00	82.00
				Promedio :	74.00
				Promedio en Porcentaje :	74.00%

Comentarios

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO 2016- GERENTES1 -OC-A EVALUACION DE DESEMPEÑO POR INDICADORES Y/O COMPETENCIAS

Comentarios de Indicadores y Metas

1 Auditoria

Autoevaluación : Se hicieron mejoras en identificación en las sucursales de Trujillo, Arequipa y Cajamarca (hallazgos de auditoria) a nivel de identificación con elementos de identificación de campañas. Sin embargo, no se realizaron cambios mayores en totem y lettering Divemotor, por cambios en disposición de guideline Daimler a guideline Divemotor y viceversa.

Supervisor :

2 Gastos Overhead

Autoevaluación : En el plan no se consideraron los siguientes gastos. La variación vs la meta es de 287,600 USD, la cual corresponde a: - 10,536 USD Cargo Orden Interna CRM (pago Adepcon) que no se aplicó en diciembre, sino recién en enero (para netear el monto) - 13,566 USD gastos de pasajes de periodistas a cubrir ferias y eventos, estos gastos no deben cargarse al gasto de overhead de marketing sino al de la línea comercial que recibe el beneficio de la gestión periodística, de acuerdo a lo indicado por Control de Gestión. - 243,889 USD corresponde a la variación en costo de personal, dado que en el plan no estaban considerados: 1. Los costos del personal del área de inteligencia de mercado (antes cargados a la gerencia general); 2. El costo de personal de la gerencia de marketing.

Supervisor :

3 Imagen de Marca

Autoevaluación : Se hicieron mejoras en identificación en las sucursales de Trujillo, Arequipa y Cajamarca (hallazgos de auditoria) a nivel de identificación con elementos de identificación de campañas. Sin embargo, no se realizaron cambios mayores en totem y lettering Divemotor, por cambios en disposición de guideline Daimler a guideline Divemotor y viceversa. Se realizaron mejoras en otras sucursales: Aramburú, Arriola, Cusco.

Supervisor :

4 Inversión Autos MB

Autoevaluación : El ratio de inversión/facturación de autos MB fue de 2.5% sin considerar las inversiones adicionales aprobadas (200M USD campaña de imagen / 100M USD campaña mantenimiento) bajo el mismo nivel de facturación. Si consideramos estos presupuestos adicionales el ratio sería de 3.2% y correspondería a 90% de cumplimiento. Actividades de marketing ejecutadas de acuerdo al plan y acciones reactivas fuera del mismo.

Supervisor :

5 Inversión Buses

Autoevaluación : El ratio de inversión/facturación fue de 0.18% para buses y van. Actividades ejecutadas en línea con el plan.

Supervisor :

6 Inversión Camiones

Autoevaluación : El ratio de inversión/facturación fue de 0.5% para la línea de camiones. Las actividades se ejecutaron de acuerdo a estrategia de negocio y en línea con el plan, adicionalmente se lanzó campaña de imagen de Divemotor Camiones.

Supervisor :

7 Inversión CDJ

Autoevaluación : El ratio de inversión/facturación para CDJ fue de 2.6% sin considerar inversión adicional aprobada para el Q4 para reposicionamiento de precios de ciertos modelos. Si consideramos esta inversión adicional (100K USD) el ratio sería de 2.8% y el cumplimiento de 90%. Las actividades se ejecutaron de acuerdo a estrategia de negocio y en línea con el plan, alta capacidad de respuesta al mercado con acciones tácticas.

Supervisor :

8 Inversión Post Venta

Autoevaluación : El ratio de inversión/facturación fue de 0.3% para post venta. Las actividades se ejecutaron de acuerdo a estrategia de negocio y en línea con el plan.

Supervisor :

9 Participación de mercado Buses

Autoevaluación : El market share alcanzado fue de 43.4% (El 2015 fue 38.2%) y eso equivale a 90% de cumplimiento según escala.

Supervisor :

10 Participación de mercado Camiones

Autoevaluación : El Market share alcanzado fue de 25.1% (El 2015 fue 21.2%) y eso equivale a 120% de cumplimiento según escala.

Supervisor :

11 Participación de mercado CDJ

Autoevaluación : El Market share alcanzado fue de 3.5% (El 2015 fue 4.1%) y eso equivale a 0% de cumplimiento según escala, ya que el resultado fue más bajo que el año anterior.

Supervisor :

12 Participación de mercado MB

Autoevaluación : El Market share alcanzado fue de 28.1% (El 2015 fue 26.2%) y eso equivale a 90% de cumplimiento según escala.

Supervisor :

13 Participación de mercado Vans

Autoevaluación : El Market share alcanzado fue de 22.8% (El 2015 fue 20.9%) y eso equivale a 90% de cumplimiento según escala.

Supervisor :

14 Satisfacción al cliente

Autoevaluación : El resultado total Divemotor, promedio de unidades de negocio fue de 87%.

Supervisor :

Comentarios de Competencias

AUTOEVALUACIÓN

Identifique 2 fortalezas del colaborador:

1. Adaptable al cambio y presta a recibir feedback o cuestionamiento de los equipos con los que me relaciono con miras a corregir, ajustar y mejorar mi gestión. 2. Orientación a la acción, solución de problemas y logro de objetivos.

Identifique 2 fortalezas del colaborador:

1. Adaptable al cambio y presta a recibir feedback o cuestionamiento de los equipos con los que me relaciono con miras a corregir, ajustar y mejorar mi gestión. 2. Orientación a la acción, solución de problemas y logro de objetivos.

Identifique 2 oportunidades de mejora del colaborador:

1. Mayor empowerment con equipo a mi cargo, mayor entendimiento del mismo con miras a lograr mayor motivación y compromiso. 2. Flexibilidad para lograr soluciones más simples y rápidas, disminuir el perfeccionismo y el foco en los detalles para no perder de vista los grandes objetivos.

Identifique 2 oportunidades de mejora del colaborador:

1. Mayor empowerment con equipo a mi cargo, mayor entendimiento del mismo con miras a lograr mayor motivación y compromiso. 2. Flexibilidad para lograr soluciones más simples y rápidas, disminuir el perfeccionismo y el foco en los detalles para no perder de vista los grandes objetivos.

SUPERVISOR

Identifique 2 fortalezas del colaborador:

Erika tiene capacidad analítica y racionalidad. Buena relación y empatía con el equipo.

Identifique 2 fortalezas del colaborador:

Erika tiene capacidad analítica y racionalidad. Buena relación y empatía con el equipo.

Identifique 2 oportunidades de mejora del colaborador:

Erika debe mejorar el nivel de involucramiento en las actividades de marketing y propuestas de cambio. Falta liderazgo en el área.

Identifique 2 oportunidades de mejora del colaborador:

Erika debe mejorar el nivel de involucramiento en las actividades de marketing y propuestas de cambio. Falta liderazgo en el área.

