

Regulamento da Campanha:

Público-alvo: Colaboradores ativos do quadro operacional, que exerçam as funções de gerência, coordenação, inspeção e supervisão das empresas Haganá Segurança Ltda. e Haganá Serviços Especiais Ltda., bem como os coordenadores de treinamento da empresa Kadima Recursos Humanos Ltda. que efetivamente atuem nos postos de serviços, nas áreas(*), todos com no mínimo 2/3 de presença e atividade no período da campanha, sendo, no caso, considerado período de inatividade, férias, afastamento e/ou admissão, por evento e/ou somados tais períodos.

Entidade Promotora: Grupo Haganá

Objetivo: Ter uma queda significativa no número de faltas durante a campanha (período crítico); estimular o maior engajamento dos participantes para que eles divulguem este "sentimento" para o restante da equipe.

Dinâmica da Campanha: Para participar da campanha e ter direito ao valor que será rateado entre as áreas que atingirem a meta determinada, o colaborador deverá:

- Cumprir os objetivos da campanha que serão estipulados por área;
- Atingir a meta que será baseada no número de faltas, por funcionário, do período de 21/04/13 à 20/07/13, de cada área;
- Alcançar a redução para alcance da meta que deve ser igual ou superior a 30%, tendo como período o prazo de avaliação completo, ou seja, de 03 meses.

Exemplo:

Área X - Pessoas faltantes de 21/04/13 a 20/05/13 - 40 / Pessoas faltantes de 21/05/13 a 20/06/13 - 35 / Pessoas faltantes de 21/06/13 a 20/07/13 - 25

Total de pessoas faltantes ao longo do período - 100

Meta: Redução de 30% (trinta por cento) da quantidade total de funcionários faltantes, no período de 21/12/2013 a 20/03/2014

Prêmios:

R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais) a ser rateado entre as áreas que tiverem os três melhores resultados após alcançarem a meta estabelecida;

Os prêmios serão considerados da seguinte forma:

As 03 (três) áreas que melhores resultado obterem após atingirem a meta estabelecida ganharão os seguintes prêmios:

- A Área que ficar em primeiro lugar, cada membro da equipe de supervisão, gerente e coordenador de treinamento, Inspeção e coordenação, ganhará R\$ 1.500,00 (hum mil e quinhentos reais);
- A Área que ficar em segundo lugar, cada membro da equipe de supervisão, gerente e coordenador de treinamento, ganhará R\$ 1.000,00 (hum mil reais); e,
- A Área que ficar em terceiro lugar, cada membro da equipe de supervisão, gerente e coordenador de treinamento, ganhará R\$ 500,00 (quinhentos reais).

O pagamento do prêmio ocorrerá no dia 17/04/2014, na sede da empresa Haganá, à Rua Cruzeiro, 549 – Barra Funda – São Paulo/SP e, contarão com a presença de um representante de cada área + membros da diretoria

Regras:

Após a apuração das áreas ganhadoras, será calculado o valor total dos prêmios, uma vez que haverá variação em razão da quantidade de supervisores de cada área, sendo que o valor do prêmio será deduzido do valor total da campanha (R\$40.000,00). O saldo será utilizado em um evento a ser organizado pela Entidade Promotora, a ser definido oportunamente e de acordo com a verba disponível, com a participação de todos os operacionais e coordenadores de treinamento, onde haverá sorteio de presentes a serem definidos, tanto na quantidade como no valor de cada presente, de acordo com a verba disponível. Em caso de empate, utilizaremos as casas decimais dos percentuais apurados para desempate. Serão consideradas as pessoas faltantes e não o número de faltas da área;

Divulgação: Os ganhadores terão seus nomes divulgados no website da Haganá (www.hagana.com.br).

Considerações Gerais:

- Serão consideradas as pessoas faltantes e não o número de faltas da área;
- 1/2 falta será considerada 1 falta;
- Fica, desde já, esclarecido que a suspensão do funcionário será computada como falta para efeito de apuração do resultado final previsto na Dinâmica da Campanha.

(*) Ficam excluídos da presente campanha os coordenadores de treinamento da empresa Kadima Recursos Humanos Ltda. que atuem fora dos postos de serviços, ou seja, exercem suas atividades no CTH – Centro de Talentos Haganá e na Base Sul, uma vez que as funções não interferem diretamente no resultado da campanha.