



INDICADORES-CHAVE 2009

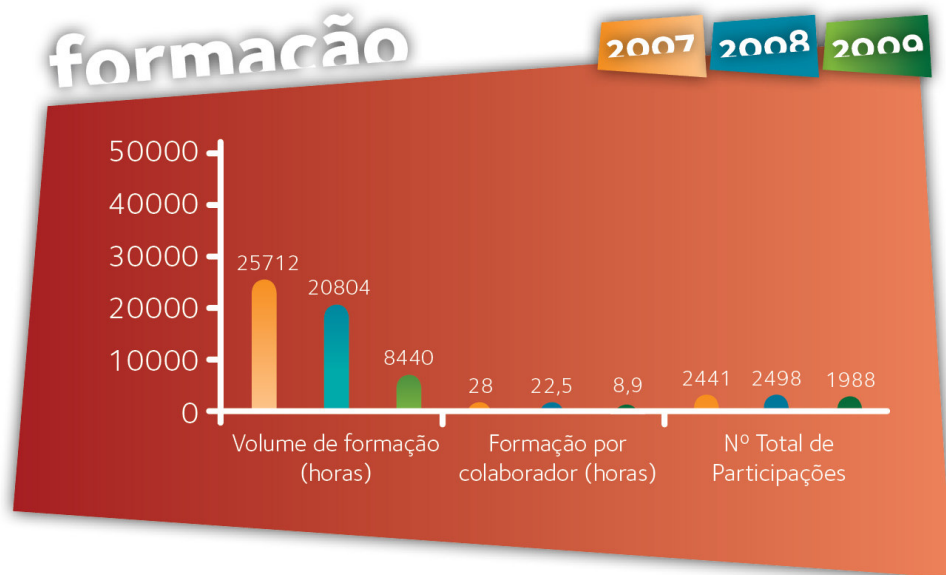
ACTUALIZAÇÃO



colaboradores

C DE CAPACIDADE

formação



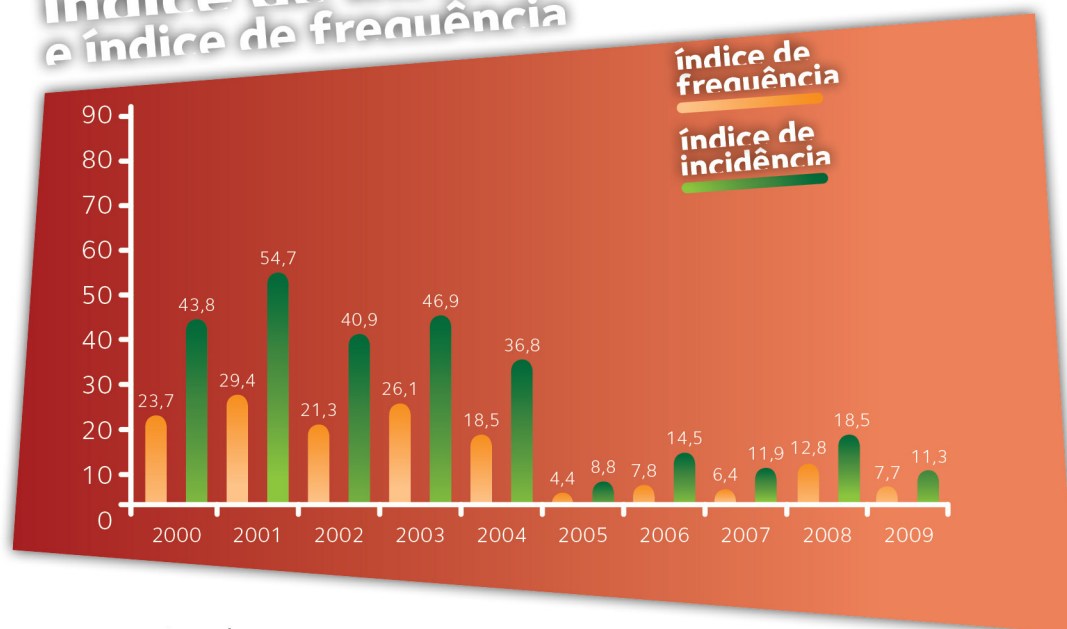
Legenda:

Devido à conjuntura e ao controlo mais rigoroso de custos em 2009, só se realizaram as acções de formação consideradas mais relevantes.

total de acidentes e acidentes de trabalho com baixa



índice de incidência (II) e índice de frequência



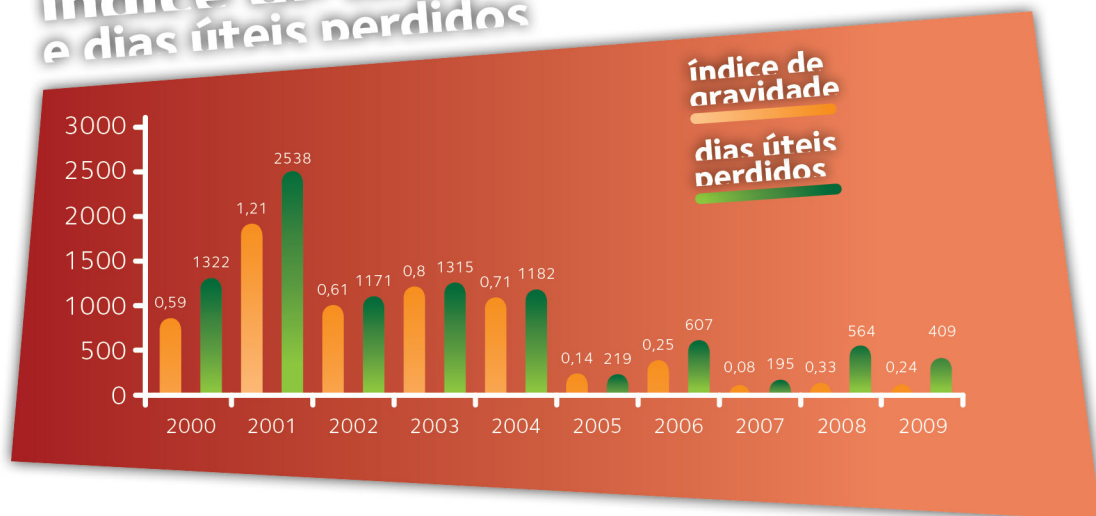
Legenda:

KPI | ÍNDICE DE FREQUÊNCIA (IF) E ÍNDICE DE INCIDÊNCIA (II)

IF: N.º de acidentes com baixa por cada milhão de horas trabalhadas

II: N.º de acidentes com baixa por cada 1000 trabalhadores expostos

Índice de Gravidade (IG) e dias úteis perdidos



Legenda:

KPI | ÍNDICE DE GRAVIDADE (IG) E DIAS ÚTEIS PERDIDOS

IG: N.º de dias úteis perdidos por cada 1000 horas trabalhadas

Melhoria significativa na área Segurança no Trabalho, resultado do foco na formação e treino, na correcção de factores de risco e na implementação do plano de sensibilização comportamental para a segurança – SAS (Segurança, Ambiente e Saúde).

customer service

C DE CONFIANÇA

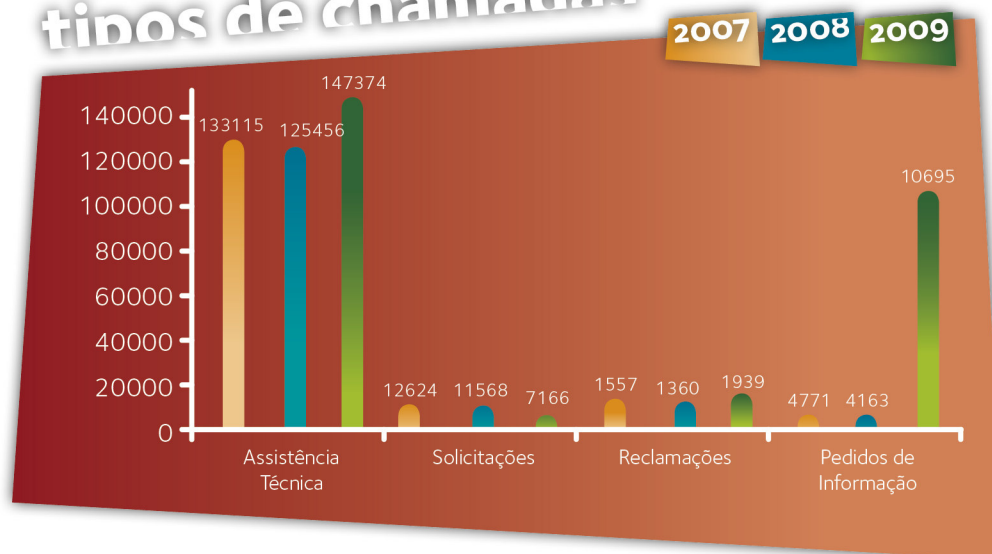
níveis de serviço



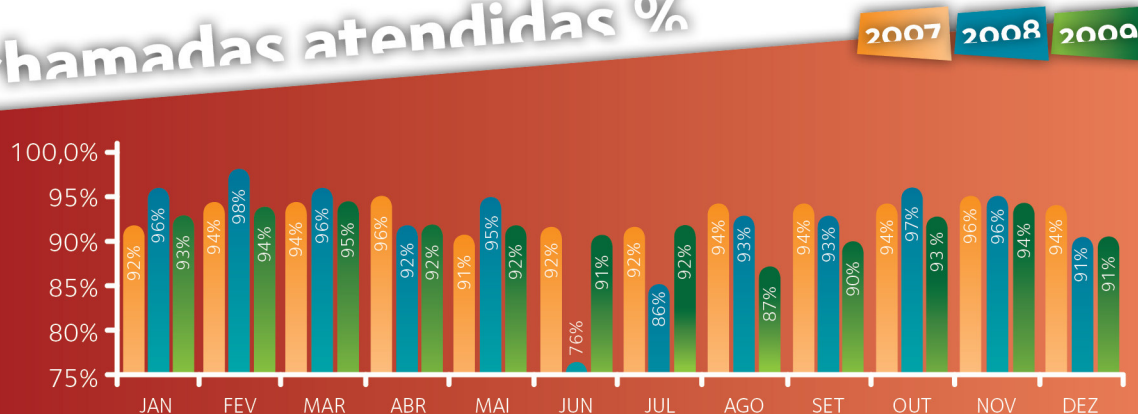
Legenda:

Resultados muito positivos nos indicadores de nível de serviço durante 2009, tendo sido alcançado o objectivo de 98,1% de satisfação.

tipos de chamadas

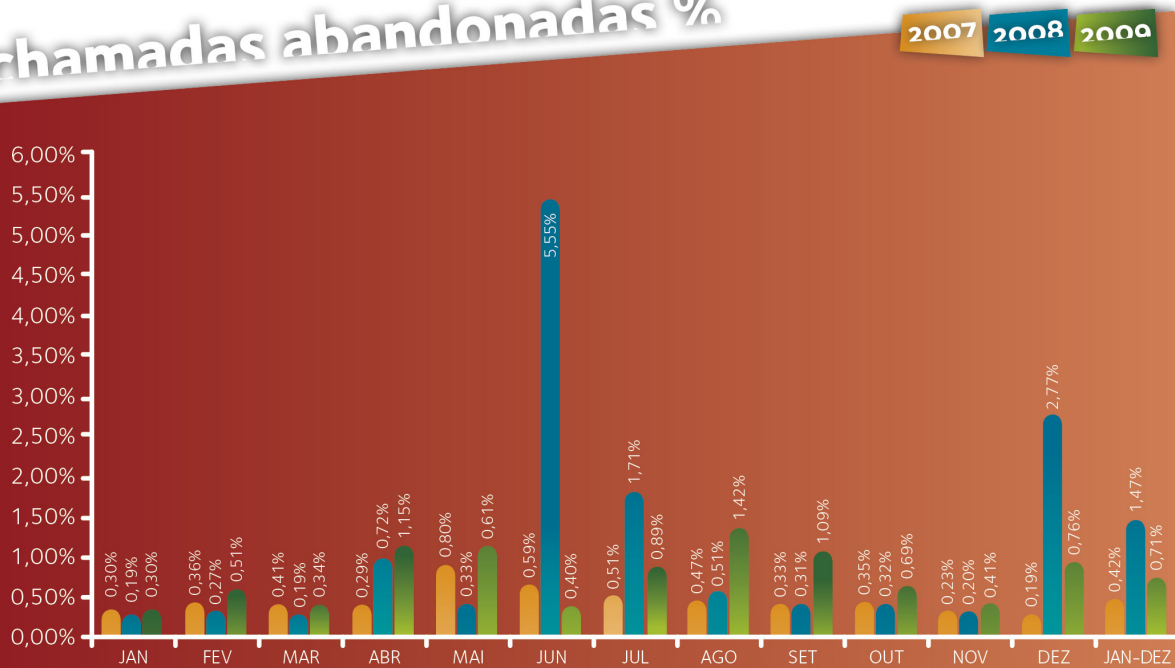


chamadas atendidas %



Tempo igual ou inferior a 30"

chamadas abandonadas %

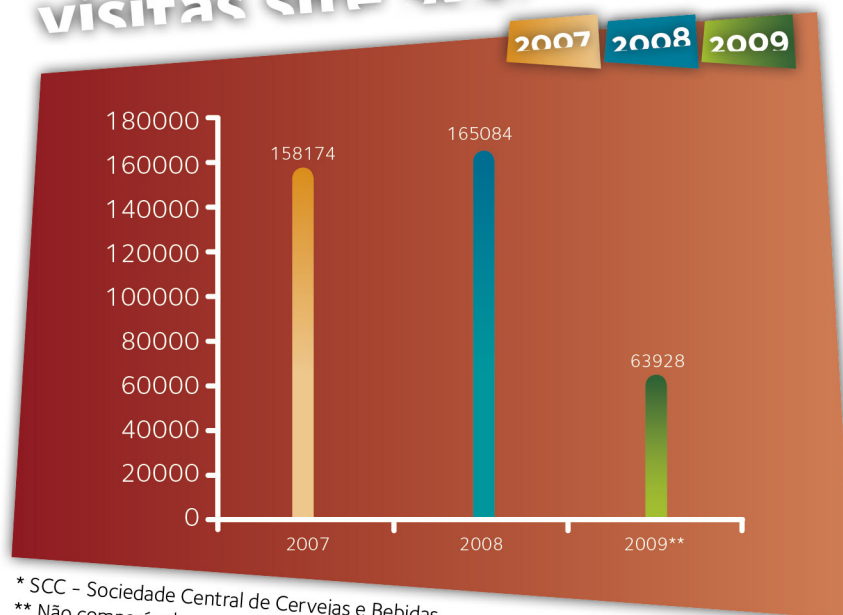


Depois de 30" de espera

marketing e comunicação comercial

C DE COMUNICAR

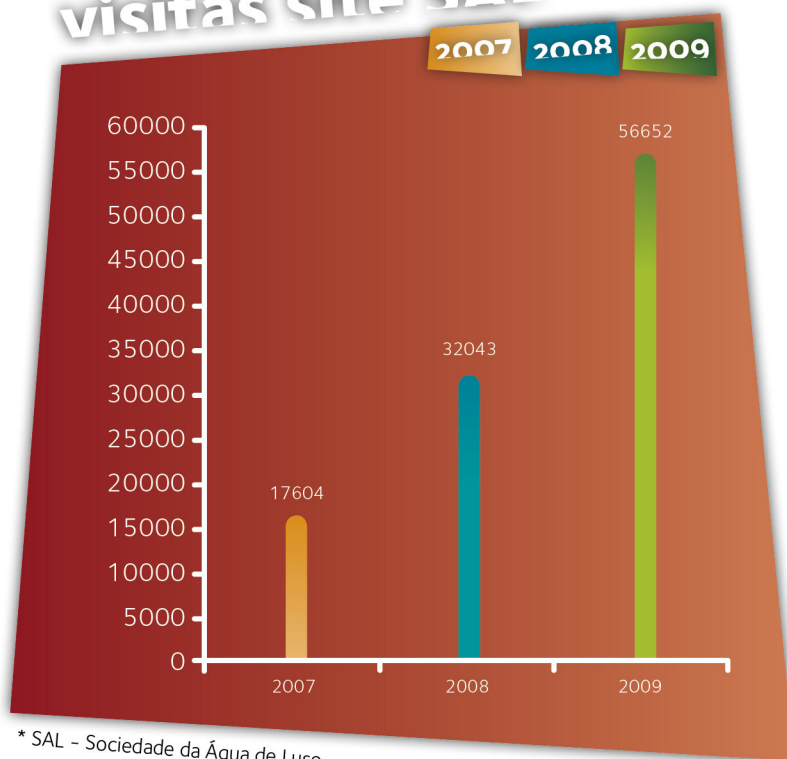
visitas site SCC*



* SCC - Sociedade Central de Cervejas e Bebidas

** Não comparável com os anos anteriores - Novo Sistema de análise (Google analytic)

visitas site SAL*

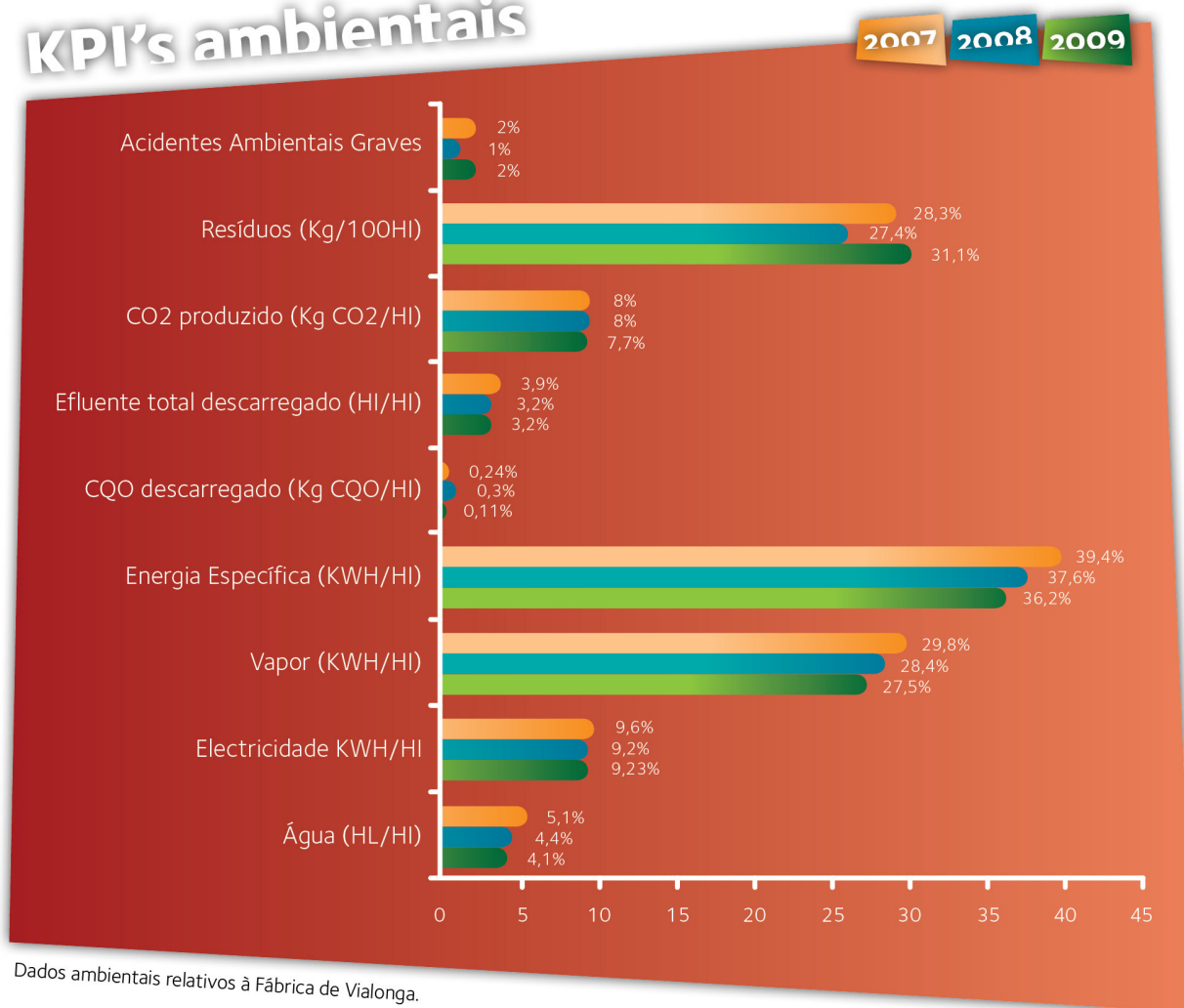


* SAL - Sociedade da Água de Luso

ambiente

C DE CONSERVAR

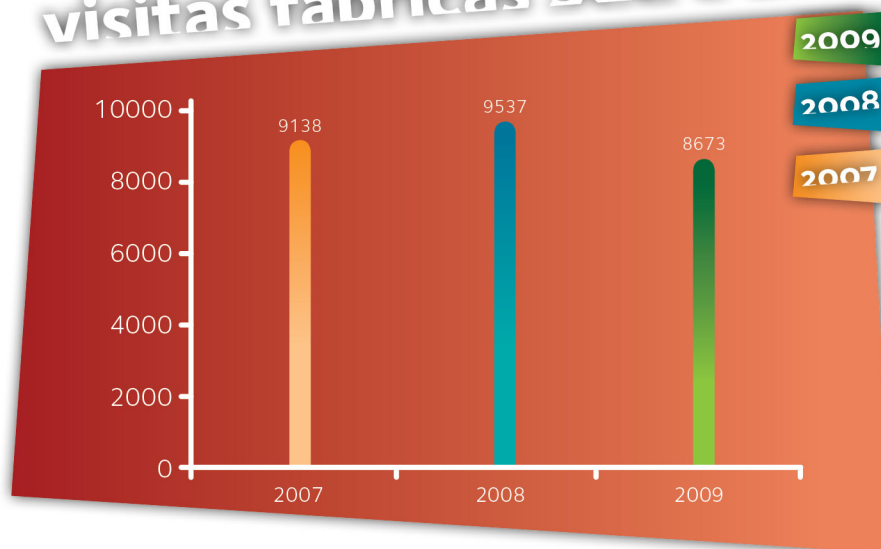
KPI's ambientais



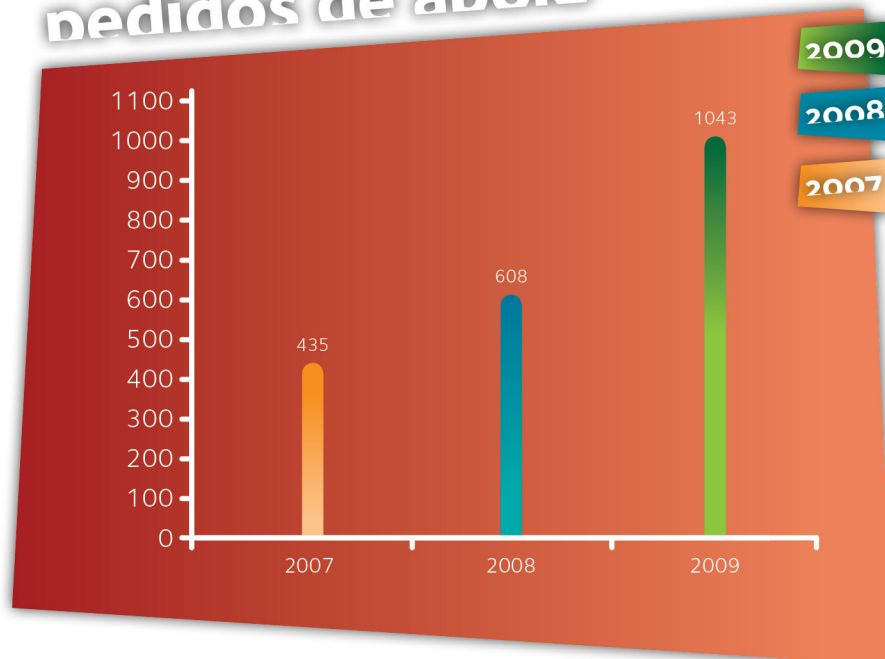
comunidade

C DE CONSTRUIR

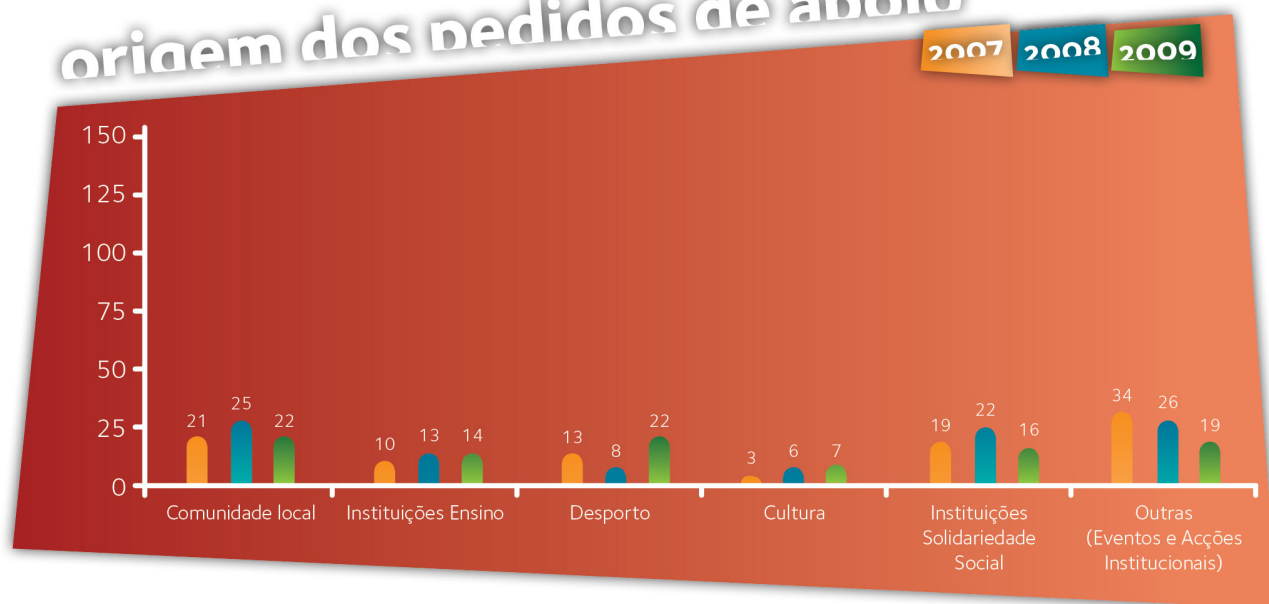
visitas fábricas SCC e SAL



medidos de apoio



origem dos pedidos de apoio



Legenda:

A política de "portas-abertas" demonstra que a empresa está interessada em que os seus *stakeholders*, desde a comunidade aos clientes, passando pelos estudantes e outros, conheçam o dia-a-dia e a actividade da empresa.

A maior visibilidade da SCC e o aumento da divulgação das acções de Responsabilidade Social Corporativa levaram a um acréscimo dos pedidos de apoio e da quantidade das ofertas em produto.

fornecedores

C DE COOPERAR

selecção de fornecedores

