



# RELATÓRIO DE Sustentabilidade 2014

Associação  
Mutualista  
Montepio

Caixa Económica  
Montepio  
Geral

Fundação  
Montepio

A TRANS  
0

# FORMAR MUNDO DESDE 1840

*juntos por todos*

Na Associação Mutualista Montepio estamos juntos por si. Juntos a pensar no presente, a preparar o dia de amanhã, a planear, com transparéncia e segurança, o seu futuro. Estamos juntos pela Maria, pelo João, pela Fátima ou pelo Pedro. Trabalhamos e contribuímos, em conjunto, pela proteção de todos, qualquer que seja a idade ou o local onde se encontra. Deste esforço e trabalho de conjunto resulta a maior associação mutualista do país que, graças à sua participação, apoia e contribui para a vida de muitas pessoas, de diversas comunidades, do nosso país.

# ÍNDICE

JUNTOS, CONTRIBUÍMOS PARA UM FUTURO MELHOR

## SOBRE ESTE RELATÓRIO

Os grandes temas do Grupo Montepio apresentados a partir de uma matriz de materialidade que traça a rota da nossa estratégia interna, em consonância com os interesses dos nossos stakeholders.

**PÁG. 08**

## MENSAGEM DO PRESIDENTE

“Criatividade, solidariedade e visão estratégica” são as prerrogativas que António Tomás Correia elege para resposta aos novos desafios que se apresentam ao Grupo Montepio.

**PÁG. 10**

**01**

## PRINCIPAIS PRÉMIOS, RECONHECIMENTOS E REPRESENTAÇÕES EXTERNAS

O valor da marca Montepio é reconhecido por diversas organizações que, todos os anos, traçam o perfil do que de melhor se faz em comunicação, serviço prestado aos clientes e impacto positivo na comunidade.

**PÁG. 12**

**02**

## MONTEPIO – – UM PROJETO CRIADO POR PESSOAS, PARA PESSOAS

Ao longo do seu percurso, o Montepio tem demonstrado excelente capacidade de resposta às expectativas de todas as partes interessadas, reafirmando o compromisso com associados, colaboradores e demais stakeholders.

**PÁG. 16**

**03**

## ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Conheça, em detalhe, os quatro eixos de intervenção da nossa estratégia de responsabilidade social, o modelo de governo, as linhas orientadoras da gestão de risco e o compromisso de ética e integridade.

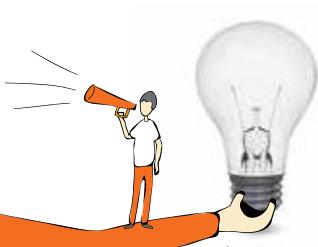
**PÁG. 26**

**04**

## ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

O envolvimento com todas as partes interessadas é o cimento que nos une enquanto instituição, permitindo priorizar questões, formular soluções e melhorar o desempenho da Organização.

**PÁG. 38**





## 08

### VALORIZAR OS COLABORADORES

Os colaboradores são um capital humano que acrescenta à instituição valor económico e social. Nesse sentido, desenvolvemos sistemas de gestão de desempenho, de formação e desenvolvimento de competências, além de benefícios e de um Programa de Voluntariado Corporativo, entre outras iniciativas.

**PÁG. 70**



## 09

### INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE

Conheça a atividade da Associação Mutualista, a sua missão de desenvolver ações de proteção social, promoção da cultura, rede de parcerias e comportamento das modalidades mutualistas.

**PÁG. 54**

A Fundação Montepio é a organização que chama a si a missão de contribuir para a economia social do nosso país, promovendo o mutualismo através de parcerias, projetos próprios e iniciativas que aportam à sociedade portuguesa uma mais-valia constante e duradoura.

**PÁG. 82**

## 07

### GARANTIR A QUALIDADE DE SERVIÇO E A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

A Caixa Económica, instituição dedicada à atividade bancária do Grupo Montepio, tem sido distinguida pela qualidade do serviço prestado aos clientes e pela satisfação das suas necessidades.

**PÁG. 64**



## 05

### DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS DIFERENCIADORES

Numa perspetiva de melhoria contínua dos serviços prestados, tomamos como missão dar resposta às necessidades de associados e clientes, promover o apoio ao empreendedorismo e o combate ao desemprego, contribuindo positivamente para a economia social do país.

**PÁG. 44**

## 06

### RESPOSTER ÀS NECESSIDADES FINANCEIRAS E DE PROTEÇÃO SOCIAL DOS ASSOCIADOS

Conheça a atividade da Associação Mutualista, a sua missão de desenvolver ações de proteção social, promoção da cultura, rede de parcerias e comportamento das modalidades mutualistas.

**PÁG. 54**

## 07

### GARANTIR A QUALIDADE DE SERVIÇO E A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

A Caixa Económica, instituição dedicada à atividade bancária do Grupo Montepio, tem sido distinguida pela qualidade do serviço prestado aos clientes e pela satisfação das suas necessidades.

**PÁG. 64**



## 10

### PROMOVER O AMBIENTE

Conheça as práticas do Grupo Montepio que promovem a defesa do ambiente e o desenvolvimento sustentável das organizações.

**PÁG. 92**

# SÍNTSE DE INDICADORES

//RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE '14

## Principais indicadores de desempenho relativos a 2014

Conheça os principais números do Grupo Montepio. Neste capítulo apresentamos-lhe os dados em destaque do Montepio Geral – Associação Mutualista, da Caixa Económica Montepio Geral e da Fundação Montepio.

MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

**962 956€**  
MILHARES

DE RECEITAS ASSOCIATIVAS

CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

**784 499€**  
MILHARES

PRODUTO BANCÁRIO

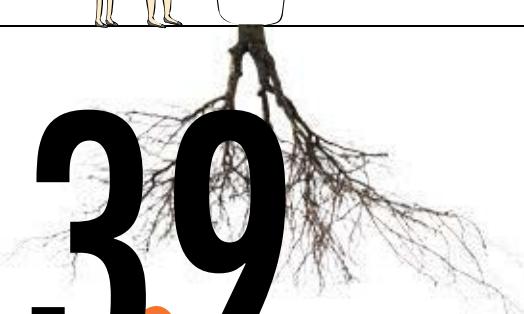
**630 513**  
Associados



O movimento associativo voltou a revelar, ao longo do ano 2014, um comportamento positivo, em contexto socioeconómico de dificuldades e constrangimentos. A taxa de crescimento anual do número de associados do Montepio foi de 8,8%, acima do que se tinha verificado no ano anterior (8,4%). O ano 2014 terminou com um total de associados de 630 513. Em termos líquidos, observou-se um aumento de 50 983 associados (45 112 associados em 2013), tendo-se registado não só mais admissões como menos saídas de associados, comparativamente com o ano de 2013.

**1 139**  
acordos  
EM VIGOR

PARA ATRIBUIÇÃO DE BENEFÍCIOS  
COMPLEMENTARES PARA ASSOCIADOS



**159**

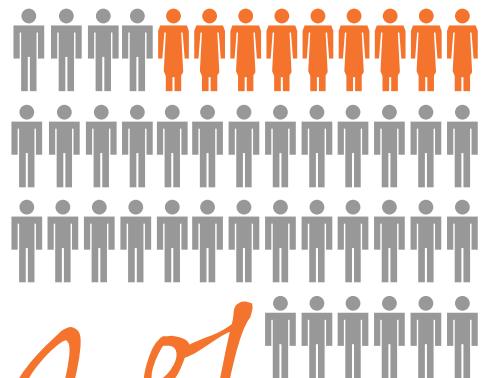
ATIVIDADES

Foram realizadas, em todo o país, 159 atividades de caráter lúdico, cultural e formativo que reuniram 4 795 participantes, registando-se um crescimento de participação de 66% que reflete não só a fidelização dos associados como a captação de novos participantes.

# 4 425

## COLABORADORES

Em 2014, o quadro de pessoal manteve o perfil de distribuição de géneros, com uma ligeira predominância da componente masculina (55%). Destaca-se o aumento do peso dos colaboradores com habilitações de nível superior (bacharelato, licenciatura, pós-graduação, mestrado e doutoramento) que, em 2014, se situou nos 54%.



# 22%

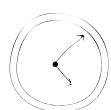
MULHERES EM CARGOS  
DE GESTÃO DE TOPO

# 1 376 973

Clientes particulares

# 139 868

Clientes empresa



## 16 HORAS DE FORMAÇÃO/COLABORADOR

REGISTOU-SE, EM 2014, UM AUMENTO DO NÚMERO DE AÇÕES DE FORMAÇÃO REALIZADAS NA CEMG, COM MAIOR APOSTA NO DESENVOLVIMENTO DA FORMAÇÃO PRESENCIAL, E ESPECIAL ENFOQUE NA QUALIDADE DOS PROJETOS (PROGRAMAS, CORPO DOCENTE E ESCOLAS DE REFERÊNCIA) DIRIGIDOS A GRUPOS ESPECÍFICOS.

162  
PROJETOS  
FINANCIADOS PELA

1 707 908€  
VALOR DOS  
FINANCIAMENTOS  
CONCEDIDOS PELA

Registou-se um ligeiro aumento do valor total dos apoios concedidos pela Fundação Montepio e uma redução do número de projetos, face a 2013, marcando uma tendência na atuação da Fundação que permite o envolvimento em projetos mais relevantes com caráter de continuidade, de desenvolvimento e acompanhamento, em detrimento de projetos mais pequenos e de caráter pontual.



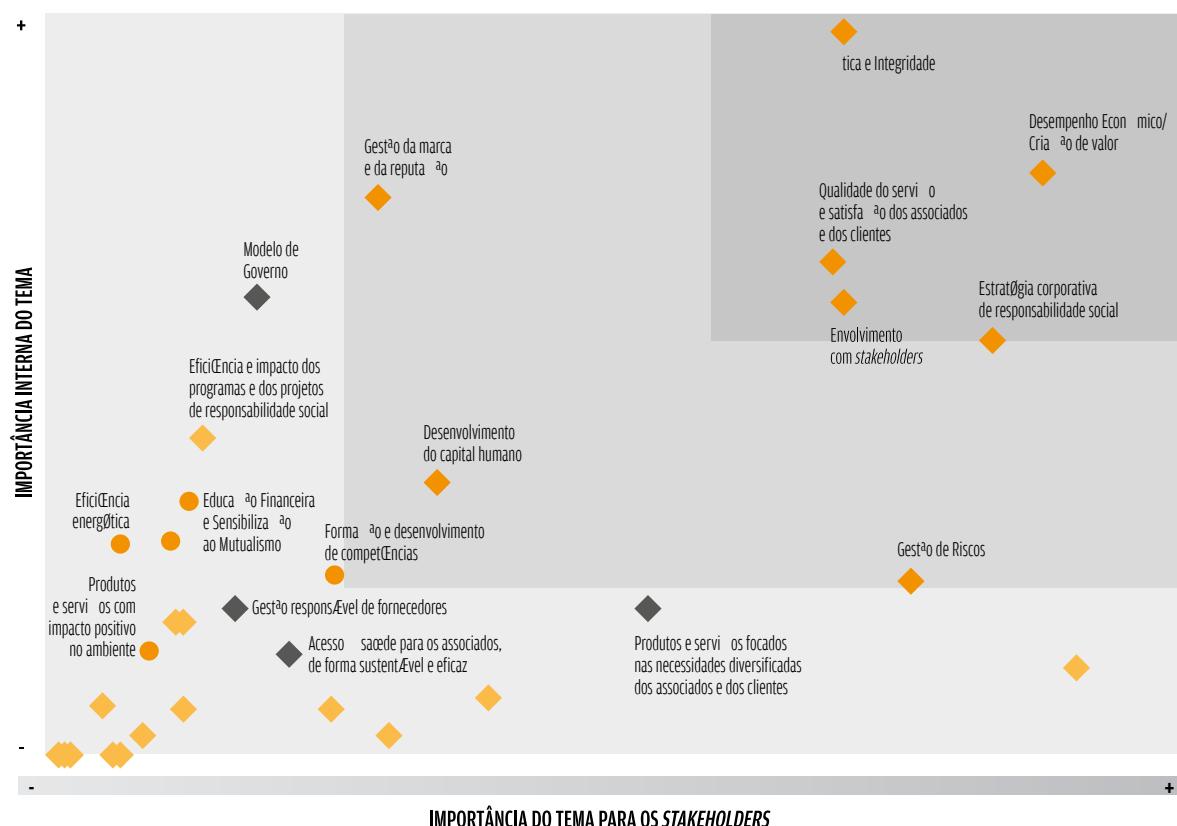
3 367  
HORAS DE VOLUNTARIADO

## SOBRE ESTE RELATÓRIO

Num contexto de mudança do modelo de governação e face à maturidade organizacional percecionada no domínio da responsabilidade social, foi entendido oportuno elaborar o primeiro relatório de sustentabilidade, referente ao exercício de 2014, abrangendo o Montepio Geral – Associação Mutualista (AM), a Caixa Económica Montepio Geral (CEMG) e a Fundação Montepio (Fundação). Pese embora as diferentes naturezas jurídicas das entidades envolvidas, considerou-se que as missões que prosseguem, os valores que presidem à sua ação e a forma como se interligam na sua efetivação, justificavam uma abordagem integrada, que permitisse observar a convergência da atividade sem deixar de realçar a sua especificidade.

Apesar de se tratar de um primeiro exercício, o relatório foi elaborado de acordo com a nova versão das diretrizes GRI para elaboração de relatórios de sustentabilidade (GRI G4). Para a seleção da informação a incluir neste Relatório, o Montepio realizou uma auscultação dos seus *stakeholders* com o objetivo de aferir a importância dos temas económicos, sociais e ambientais, abordados na versão 4 do GRI. O cruzamento dos resultados da auscultação dos *stakeholders* com a perspetiva dos membros do Comité de Responsabilidade Social em termos de temas prioritários de atuação para a sustentabilidade, permitiu ao Montepio construir uma matriz de materialidade de temas para cada uma das organizações incluídas no âmbito do relatório e uma matriz global para o Montepio, que a seguir se apresenta.

### MATRIZ DE MATERIALIDADE



#### MATERIALIDADE DO TEMA

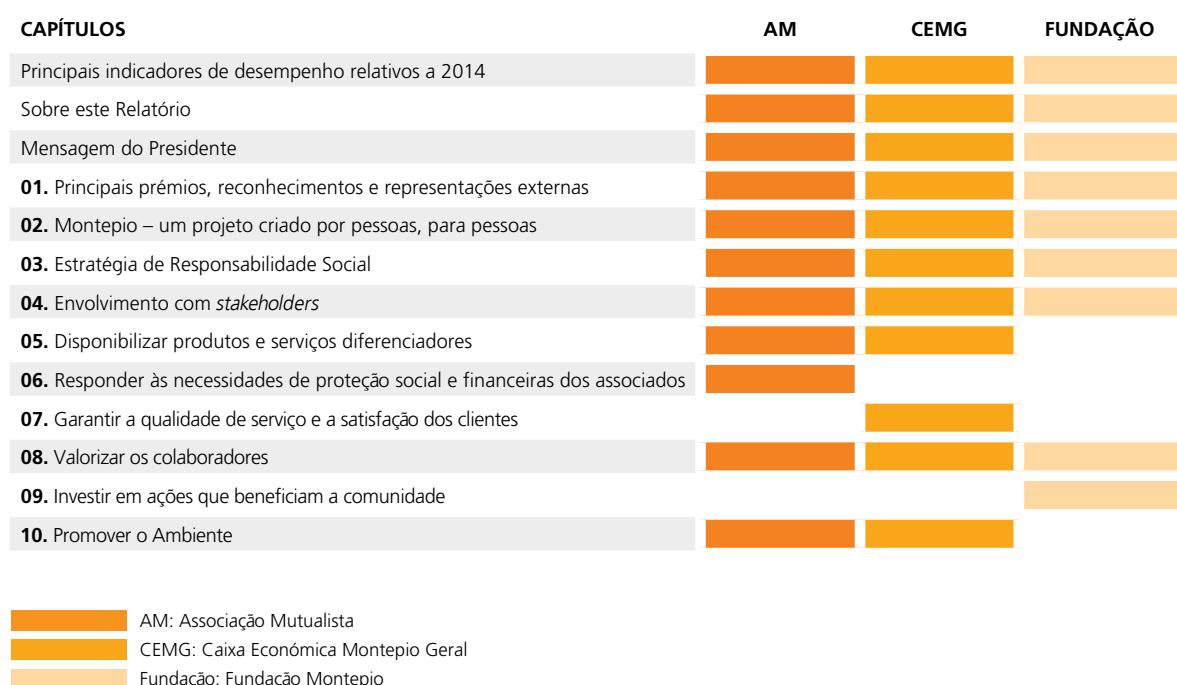
REDUZIDA    MÉDIA    ELEVADA

◆ Temas não materiais na matriz global, mas materiais numa das análises individuais.

◆ Temas não materiais na matriz global, mas considerados relevantes para efeitos de reporte.

Assim, foram incluídos no relatório todos os temas de materialidade elevada ou média, ao nível global ou de alguma das organizações, bem como temas, que embora não materiais, foram considerados relevantes pela gestão de topo do Montepio.

Face à natureza distinta das atividades das organizações incluídas no âmbito do relatório, há capítulos que se referem a atividades específicas e não são por isso reportados para todas as empresas incluídas no âmbito do Relatório, de acordo com a seguinte tabela.



Se necessitar de algum esclarecimento sobre a informação publicada neste Relatório, queira contactar:  
Gabinete de Responsabilidade Social [grs@montepio.pt](mailto:grs@montepio.pt)



## MENSAGEM DO PRESIDENTE

No ano em que se comemora o 175.º aniversário da Associação Mutualista e o 20.º da Fundação Montepio, entendeu o Conselho de Administração da AM ser importante elaborar o primeiro relatório de sustentabilidade que congregasse uma visão integrada da Mutualidade, da sua Caixa Económica e da Fundação que dela emergiu.

A múltipla natureza jurídica destas três entidades, unidas em torno dos valores mutualistas, dificultou a opção por um modelo de relatório único, bem como a escolha de indicadores que garantissem a transparência sem desvirtuar a essência do Montepio - Associação Mutualista, enquanto maior organização de economia social em Portugal.

Mas cremos ter encontrado um justo equilíbrio entre a especificidade da estrutura Montepio e a necessidade incontornável de mostrar às nossas partes interessadas o que fazemos nas diversas áreas da responsabilidade social, como nos articulamos, que caminhos temos vindo a trilhar e que dimensões gostaríamos de aprofundar no futuro. O primeiro relatório de sustentabilidade é mais uma etapa de crescimento e reflexão interna que espelha o longo percurso de amadurecimento que temos vindo a percorrer mas, sobretudo, nos anima a planear e desenvolver os próximos passos.

Com alicerces sólidos de uma história de sucesso e um código genético de sustentabilidade, era tempo de sistematizar a atividade intensa que desenvolvemos nos diversos pilares da responsabilidade social e identificar os eixos que devem merecer-nos maior atenção nos próximos anos.

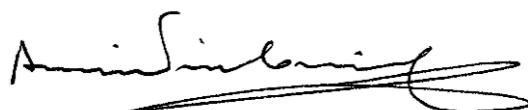
O relatório que agora partilhamos é o resultado de um olhar crítico dos nossos *stakeholders* e de uma autoavaliação séria, que nos deixa orgulhosos das grandes conquistas já alcançadas mas cientes dos novos desafios.

Para os vencer precisaremos de criatividade, solidariedade e visão estratégica integrada.

E sabemos que, juntos, faremos cada vez melhor.

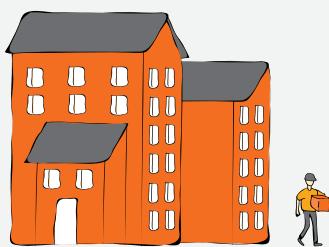
**António Tomás Correia**

Presidente do Conselho de Administração



# 01.

Principais prémios, reconhecimentos e representações externas



**FAZEMOS  
PARTE DE  
UM PROJETO  
*de qualidade*  
AO SERVIÇO  
DA SOCIEDADE**



## PRINCIPAIS PRÉMIOS, RECONHECIMENTOS E REPRESENTAÇÕES EXTERNAS

Uma vez mais, o Montepio foi reconhecido como marca de excelência no mercado português pela *Superbrands Portugal*, por alinhar a sua atuação pelos valores da solidariedade, sustentabilidade, ética e transparência, e ainda pela forma como, ao materializar os valores do associativismo, coloca a economia ao serviço da sociedade.

### MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

#### COMUNICAÇÃO ASSOCIATIVA AMPLAMENTE PREMIADA

##### REVISTA MONTEPIO

A revista Montepio, publicação que retrata, através de entrevistas, reportagens, infografias, análise e crónica, temas que marcam o contexto mundial, a realidade nacional, a vida dos associados, mas também as tendências sociais, económicas e culturais, constituiu o meio privilegiado de comunicação entre a AM e os seus associados.

A qualidade editorial e o *design* da publicação portuguesa com maior tiragem (em 2014 a tiragem média superou os 400 mil exemplares) foram distinguidos no nosso país, mas também além-fronteiras.

##### GRANDE PRÉMIO APCE'14

Vencedora na categoria Publicação Externa.

##### CONTENT MARKETING AWARDS 2014

Medalha de ouro – *Gold winner* – na categoria *Best Cover*.

##### JORNAL MONTEPIO JOVEM

O Jornal Montepio Jovem, publicação que a AM dirige aos associados com idades compreendidas entre os 13 e os 20 anos, conquistou o 1.º lugar na categoria “Imagem e Ilustração”, da edição 2014 do Grande Prémio APCE. A nível internacional conquistou a medalha de prata na edição 2014 dos *Pearl Awards*, destacando-se na categoria *Best Use of Illustration*.



### CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

#### ECSI 2014 – PRIMEIRA POSIÇÃO NO QUE DIZ RESPEITO À SATISFAÇÃO DO CLIENTE

A qualidade do serviço prestado e uma atuação transparente, rigorosa e competente têm contribuído para que a CEMG reúna cada vez mais clientes, os quais dispõem de uma oferta transversal e integrada de produtos e serviços, advogando a favor da marca e contribuindo para a consolidação do seu posicionamento.

A CEMG conquistou a liderança do setor bancário no que diz respeito à satisfação de cliente, de acordo com dados apurados pelo *European Consumer Satisfaction Index 2014*, com um índice de satisfação de 7,82 (escala de 1 a 10), acima da média do setor. Segundo a avaliação realizada, a CEMG é líder nas dimensões “Imagen” e “Lealdade”, confirmando, assim, o reconhecimento quanto à aposta da Instituição na qualidade dos serviços prestados e no rigor e competência das equipas.

O estudo também destacou o desempenho nos indicadores “Banco de confiança no que diz e faz”, “Inovação”, “Clareza na informação fornecida”, “Cumprimento dos prazos estabelecidos” e “Adequação de propostas à situação do cliente”. A marca ficou entre os primeiros lugares no estudo *Global RepTrak™ Pulse 2014*, conquistando o primeiro lugar nos fatores Qualidade dos Serviços Prestados, Responsabilidade Social e Governo da Sociedade.



### DISTINÇÃO DA QUALIDADE DOS CANAIS COMPLEMENTARES

Na esfera dos canais complementares, a marca continuou a conquistar o mercado e a merecer distinções que a colocaram entre as melhores. O *Contact Center* foi distinguido, entre os primeiros, no Prémio Internacional “Best Contact Center Supervisor – Top Ranking Performers”, na região EMEA (Europa, Médio Oriente e África), atribuído pela *Global Association for Contact Center Best Practices & Networking*.



### REPRESENTAÇÕES EXTERNAS

ORGANIZAÇÃO	ENTIDADE	CARGO
Associação Mutualista	UMP – União das Mutualidades Portuguesas	Membro Associado
Associação Mutualista	RedeMut – Associação Portuguesa de Mutualidades	Vice-Presidente do Conselho de Administração
Associação Mutualista	AIM – Associação Internacional das Mutualidades	Membro Efetivo
Associação Mutualista	AIM – Associação Internacional das Mutualidades	Presidente do Grupo de Trabalho “Mutual Values”
Associação Mutualista	IPSE	Membro do Conselho de Administração
Fundação Montepio	GRACE – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial	Presidente da Direção
Fundação Montepio	Junior Achievement Portugal	Membro da Direção
Fundação Montepio	Comité de Responsabilidade Social do ESBG	Membro do Comité
Caixa Económica Montepio	European Saving Banks Group	Membro Associado
Fundação Montepio	BCSD - Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável	Membro Associado
Fundação Montepio	Centro Português de Fundações	Membro Associado
Fundação Montepio	Confederação Portuguesa de Voluntariado	Membro da Direção

## 02.

Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas



**SOMOS UMA  
ASSOCIAÇÃO  
que está presente  
NOS RETRATOS  
DE FAMÍLIA**



## MONTEPIO – UM PROJETO CRIADO POR PESSOAS E PARA PESSOAS

### Breve resumo histórico

O Montepio (dos Empregados Públicos) foi fundado em 1840. Desde a sua origem, muitos têm sido os contextos sociopolíticos adversos que o Montepio, e o País, enfrentaram (Últimatum Britânico, Primeira Guerra Mundial, Crise de 1929, Segunda Guerra Mundial, Guerra Colonial, Crise de 2008-09...) e durante os quais a Instituição procurou sempre contribuir para o desenvolvimento da economia portuguesa e dos portugueses, apoiando o desenvolvimento de ideias e projetos, mas também estando ao lado dos cidadãos mais vulneráveis, mantendo-se fiel à sua natureza social. Entre o muito que o Montepio tem desenvolvido, a favor da comunidade de associados e clientes, são de destacar os seguintes marcos na História da Instituição:



**1986**

**LUSITÂNIA**

Seguradora de Ramos Reais. Foi a primeira empresa seguradora a ser criada depois de 1974 e a primeira após a abertura da banca e dos seguros à iniciativa privada.

**1800**



**1844**

**CAIXA ECONÓMICA  
DE LISBOA**

Instituição bancária de base mutualista dotada de uma rede de retalho que apoia todas as entidades do Grupo Montepio

**1900**



**1987**

**LUSITÂNIA VIDA**

Seguradora do Ramo Vida, especializada em seguros individuais e de grupo. Garante cobertura para riscos de morte, invalidez e acidente, produtos para a proteção da velhice, poupança e investimento.

**1840**

**MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA  
CENTRO CORPORATIVO DO GRUPO MONTEPIO**

Especializado em soluções de previdência complementar, é a maior associação mutualista do País e uma das maiores da Europa.

**1934**

Aprovação dos estatutos e de personalidade jurídica própria da Caixa Económica de Lisboa que passou a designar-se por Caixa Económica Montepio Geral.

19  
MONTEPIO  
RS'14

 Montepio  
Gestão de Activos



2005  
FINIBANCO  
HOLDING SGPS

Gere as participações  
financeiras das empresas que  
constituem o Grupo Finibanco.

1991

MONTEPIO GESTÃO DE ATIVOS

É a gestora de patrimónios financeiros do Grupo Montepio.  
Concentra a atividade na gestão discricionária de carteiras  
de fundos de investimento mobiliário.

2000

 Fundação  
Montepio



1995

FUNDAÇÃO MONTEPIO

Pessoa coletiva de direito privado  
e utilidade pública, desempenha  
um papel fundamental  
no estabelecimento de parcerias  
e na concessão de apoios ao  
Terceiro Setor. Tem por vocação  
e objeto a solidariedade social.

1988

FUTURO

Empresa especializada na gestão de  
Fundos de Pensões.



2010  
RESIDÊNCIAS  
MONTEPIO

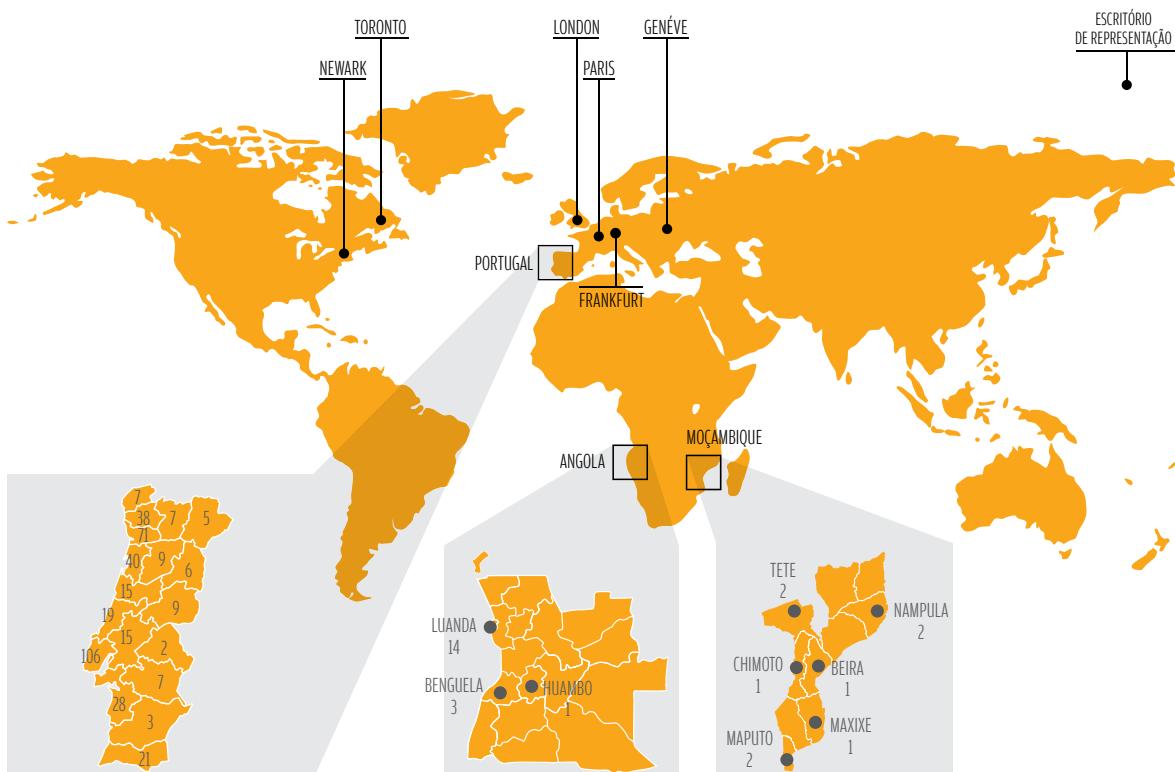
Principal operador do  
mercado Português  
na gestão de centros  
residenciais para seniores  
e de serviços de apoio  
domiciliário.

## MAPA COM A LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DO MONTEPIO

A CEMG detinha, no final de 2014, uma rede de 436 balcões em Portugal, distribuída pelo continente e regiões autónomas, uma diminuição face a 2013, em resultado do encerramento de 20 balcões, por motivo de duplicação de espaços na mesma área. Na atividade internacional, foram abertos 4 novos balcões em Angola, ficando a rede num total de 18 (incluindo 3 centros de empresas), aos quais se somam agora 9 balcões do Banco Terra, em Moçambique. Atualmente a CEMG conta ainda com 6 escritórios de representação, divididos entre Europa e América do Norte.

## O SEGUNDO PRESIDENTE DA REPÚBLICA, TEÓFILO BRAGA,

TORNOU-SE ASSOCIADO EM 1890, CHEGANDO A AFIRMAR QUE NUTRIA PELO MUTUALISMO UMA ENORME SIMPATIA, EXPLICANDO QUE O SENTIMENTO MUTUALISTA NASCEU LOGO AO ENTRAR PARA A ESCOLA DO ENSINO PRIMÁRIO, ONDE O MÉTODO QUE ENTÃO SE USAVA ERA DO ENSINO MÚTUO, ISTO É, OS ALUNOS MAIS ADIANTADOS ENSINAVAM OS QUE ESTAVAM MAIS ATRASADOS NAS MATERIAS.



## CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

N.º DE BALCÕES DOMÉSTICOS E PRESENÇA INTERNACIONAL	2013	2014
Rede Doméstica	456	436
Rede Internacional – Angola	14	18
Rede Internacional – Moçambique	-	9
Escritórios de Representação	6	6

## PRINCIPAIS MARCAS, PRODUTOS E SERVIÇOS

### AM

A AM disponibiliza aos seus associados, entre outros, os seguintes produtos:

- Planos que se enquadram nos temas complementares de previdência;
- Complementos de reforma e proteção da juventude;
- Centros residenciais para seniores e assistência domiciliária.

### VISÃO

Maior associação nacional e mutualidade, promotora e gestora de regimes complementares de Segurança Social, individuais e coletivos, de serviços e equipamentos sociais e de serviços da economia do bem-estar e da qualidade de vida, através de uma gestão dinâmica, prudente e ética, respeitando os valores mutualistas de solidariedade e participação associativa, elevados padrões de responsabilidade e sustentabilidade social e contribuindo para o desenvolvimento e consolidação da Economia Social em Portugal.

### CEMG

A CEMG é uma entidade anexa à AM, responsável pela atividade bancária orientada aos segmentos de particulares e empresas.

Concentra o seu negócio na intermediação de retalho, através da captação de recursos de clientes de pequena e média poupança e da concessão de crédito a particulares, microempresas, PME, empresários em nome individual e instituições da Economia Social.

### VISÃO

Banco de retalho que se diferencia pelas finalidades mutualistas e representa os valores da participação associativa e da solidariedade.

Instituição única no panorama bancário português, assume-se vocacionada para a captação de poupanças e para o crédito aos segmentos de particulares, empresários em nome individual, microempresas, pequenas e médias empresas e instituições da Economia Social.

Assegura uma oferta universal de produtos e serviços bancários, mutualistas e financeiros.

É reconhecida pela gestão prudente, qualidade de serviço, comportamento ético e pelo papel de agente dinamizador da Economia Social.

### FUNDAÇÃO

A Fundação desenvolve um conjunto de ações em prol da coesão social e do desenvolvimento sustentável.

### VISÃO

Fundação de solidariedade social que se posiciona como uma das principais entidades financiadoras da Economia Social e Solidária, procurando, em parceria, desenvolver e investir em projetos inovadores sustentáveis e promotores da capacitação de dirigentes, colaboradores e clientes das organizações.

## APRESENTAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO DO MONTEPIO

Com uma história e uma reputação assentes na solidez, transparência e gestão criteriosa, o Montepio é uma instituição ímpar no panorama nacional, pois concretiza na sua atividade a Economia Social. Assumindo a sua tripla natureza jurídica, *mutualidade, instituição financeira e fundação*, posiciona-se como entidade-ponte entre o setor lucrativo e o solidário e como parceiro do Estado no desenvolvimento de uma política sustentada de inclusão social.

Nos anos mais recentes, e de acordo com a sua natureza, o Montepio posicionou-se como alavanca de desenvolvimento do Mutualismo e da Economia Social, tanto em Portugal como noutras espaços territoriais, participando ativamente em diversas organizações internacionais e parcerias com outras mutualidades, nacionais e internacionais.

Defendendo um crescimento inteligente, baseado na inovação; um crescimento sustentável, assente na gestão adequada de recursos; e um crescimento integrador, que garanta emprego, coesão económica e social, constitui exemplo de como a economia poderá ser colocada ao serviço da sociedade, materializando os valores do associativismo, da solidariedade e do humanismo.

O Montepio simboliza, hoje, um grupo dinâmico de organizações que se orgulha da sua dimensão, tradição de inovação, singularidade, solidariedade, proximidade, solidez e portugalidade. Inspirando-se no lema “Valores que crescem consigo”, reflete nas suas atividades os valores humanistas, éticos e solidários, mas também a identidade que a define como uma das maiores mutualidades da Europa



A AM ASSUME-SE COMO A MAIOR ASSOCIAÇÃO NACIONAL, PROMOTORA E GESTORA DE REGIMES COMPLEMENTARES DE SEGURANÇA SOCIAL, INDIVIDUAIS E COLETIVOS. FORAM DEFINIDOS OBJETIVOS DE CRESCIMENTO SUSTENTADO DA BASE ASSOCIATIVA E DAS MODALIDADES MUTUALISTAS, BEM COMO AS MEDIDAS ESTRATÉGICAS DE ATIVIDADE PARA OS ATINGIR E AS ORIENTAÇÕES DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL ADEQUADAS PARA ASSEGURAR AS CONDIÇÕES PRUDENCIAIS E DE EQUILÍBRIO ECONÓMICO-FINANCEIRO A MÉDIO E LONGO PRAZO.

EM 2014 A CEMG PROSSEGUIU A LINHA ESTRATÉGICA ADOTADA NOS ÚLTIMOS ANOS, COM VISTA A FAZER FACE AOS DESAFIOS ATUAIS E A AUMENTAR A SUA COMPETITIVIDADE NO FUTURO. O CONTEXTO DE ATUAÇÃO MANTEVE-SE PARTICULARMENTE DESAFIANTE, A VÁRIOS NÍVEIS, COM A TÉNUE RECUPERAÇÃO MACROECONÓMICA A TARDAR EM MATERIALIZAR-SE NUMA MELHORIA EFETIVA DAS CONDIÇÕES DE ATIVIDADE DA BANCA.

NO ANO 2014, A FUNDAÇÃO, NA SENDA DA PROSSECUÇÃO DA MISSÃO QUE LHE ESTÁ AFETA, INVESTIU EM PROJETOS SOCIAIS, CONSOLIDOU E DESENVOLVEU PARCERIAS COM VISTA A PROMOVER RESPOSTAS ECONÓMICAS E SOCIAIS INOVADORAS E SUSTENTÁVEIS.

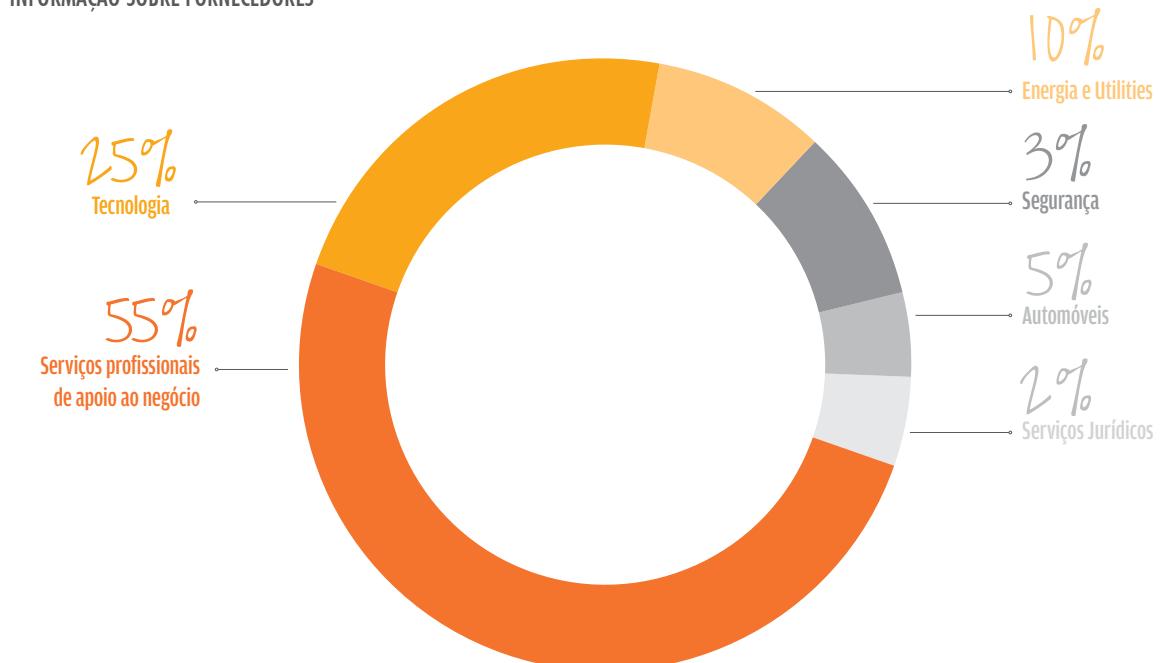
## DESCRICAÇÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES

### QUEM SÃO OS FORNECEDORES DO MONTEPIO?



Em 2014, o Montepio estabeleceu relações comerciais com 484 fornecedores, dos quais 98% dos fornecedores consultados e adjudicados são nacionais.

### INFORMAÇÃO SOBRE FORNECEDORES



### **GESTÃO DE FORNECEDORES**

A atividade de qualificação/homologação de fornecedores, ainda em fase de implementação, envolve várias etapas, tais como preparação de um questionário de qualificação, aplicação do questionário e análise das respostas.

A avaliação dos fornecedores é um fator determinante na análise de novas aquisições de produtos e serviços bem como na renovação de acordo de fornecimento/contratos. Deste modo, esta é desenvolvida tendo por base o conhecimento do fornecedor/empresa e dos bens e serviços prestados, nomeadamente no que respeita aos seguintes critérios:

- Referências globais (idoneidade/reputação no mercado);
- Dinamismo e Inovação;
- Experiência e Conhecimento do Produto/Serviço;
- Qualidade do Produto/Serviço;
- Assistência Pós-Venda;
- Condições de Fornecimento;
- Parceria e Ética Comercial.

### EM 2013 O MONTEPIO REALIZOU UM ENCONTRO ENTRE EMPRESAS PARCEIRAS, CLIENTES E FORNECEDORES PARA PARTILHA DE BOAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CADEIA DE VALORES.

Durante o encontro foi unânime o reconhecimento de que alargar a responsabilidade social a toda a cadeia de valor é a via da sustentabilidade, com ganhos de eficiência e rentabilização de recursos.

### **HOMOLOGAÇÃO**

REQUISIÇÃO

CONSULTA AO MERCADO

ANÁLISE DAS PROPOSTAS

NEGOCIAÇÃO

ADJUDICAÇÃO

GESTÃO DE CONTRATO

AVALIAÇÃO DOS FORNECEDORES

## COMPRAS SUSTENTÁVEIS NO MONTEPIO

### ONDE ESTAMOS?

O Montepio tem já alguma experiência em compras sustentáveis, porém as compras sustentáveis são realizadas de forma informal e carecem de enquadramento estratégico.

Exemplos de compras sustentáveis nas atividades do Montepio:

- Preocupações com a emissão de CO<sub>2</sub> no processo da Frota Automóvel;
- Preocupações sociais na aquisição de fardamento para empregadas de limpeza e vigilantes;
- Aquisição de computadores energicamente eficientes – Selo *Energy Star*;
- Cessação de relações comerciais com fornecedores que não cumpram os Direitos Humanos ou não respeitem a ética e as questões ambientais;
- Trabalho em conjunto com fornecedores, de forma que estes reduzam a utilização de matérias-primas.

Neste sentido, o Montepio considera importante criar uma estratégia de compras sustentáveis, adotando um modelo de gestão simples e flexível, para a implementação sistemática de compras sustentáveis.

### ONDE QUEREMOS CHEGAR?

Próximos passos:

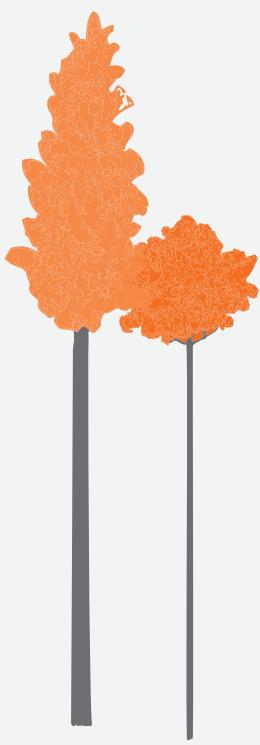
- Integrar a componente sustentabilidade nos processos de compra de forma mais visível, através da estruturação de procedimentos e critérios;
- Estimular a compra de produtos e serviços energeticamente eficientes e socialmente responsáveis, utilizando o poder de compra para envolver o mercado/fornecedores, sensibilizando igualmente a sociedade para os aspetos da sustentabilidade.

## O QUE SÃO COMPRAS SUSTENTÁVEIS PARA O MONTEPIO?

AS COMPRAS SUSTENTÁVEIS TRADUZEM-SE NA COMPRA DE BENS E SERVIÇOS, QUE TÊM EM CONTA ASPETOS ECONÓMICOS (EXEMPLOS: PREÇO, QUALIDADE, DISPONIBILIDADE, FUNCIONALIDADE), mas também considerações ambientais, nomeadamente os efeitos no ambiente que o produto e/ou serviço tem ao longo do seu ciclo de vida e impacto social.

# 03.

## Estratégia de Responsabilidade Social



# APOIAMOS O MAIOR ativo nacional, O MELHOR DE PORTUGAL



Gabinete de Responsabilidade Social do Montepio

## ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

### PRINCIPAIS MARCOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

**2006**

Criação do Gabinete de Responsabilidade Social dependente do Conselho de Administração da Associação Mutualista; Elaboração do 1.º primeiro Plano de Ação em matéria de Responsabilidade Social; Fundação Montepio – Elaboração do 1.º Regulamento de Análise e Concessão de Apoios Financeiros à Economia Social; Prémio distinção já recebida em 2000 e 2004.

**2008**

Elaboração da 1.ª versão do Código de Conduta; Início da formação interna sobre Responsabilidade Social; Alargamento do Programa de Voluntariado a todo o território nacional; Integração no Programa de Voluntariado dos reformado, associados e clientes; Criação do Prémio Escolar Montepio; 1.ª edição do Projeto Frota Solidária; 1.ª edição dos Donativos de Natal; 1.ª edição do Cartão + Vida; Lançamento das iniciativas de Dinamização Associativa, atividades de cariz lúdico, cultural e formativo, que têm como objetivo estimular o envolvimento e a participação dos associados e seus familiares.

**2009**

Adesão ao BCSD e ao Centro Português de Fundações. Lançamento do Programa de Educação Financeira para Crianças.

**2007**

Elaboração do 1.º Diagnóstico de práticas de Responsabilidade Social e Recomendações em matéria de Responsabilidade Social; Implementação do Programa de Voluntariado Corporativo, envolvendo 180 voluntários; Participação do Montepio no *Market Place*, iniciativa do CSR para aproximação das empresas e apresentação de projetos, em articulação com o GRPI e a DMK; Implementação do Projeto incluarte, visando dar visibilidade à produção económica das IPSS; Representação do Montepio no *European Saving Banks Group*; Adesão da Fundação Montepio às seguintes organizações de Responsabilidade Social:  
• EPIS, GRACE, Associação Aprender a Empreender, Fórum para a Competitividade, Rede Social, Associação RSE-Portugal e Movimento ECO.

**2010**

Celebração de protocolos com a Liga dos Bombeiros Portugueses e a Confederação das Colectividades de Cultura e Recreio; Renovação do seguro de saúde atribuído a todos os colaboradores; Lançamento do Cartão SOS Saúde para colaboradores; Licença de Utilização Doméstica da Microsoft para colaboradores; Alargamento do Programa de Educação Financeira a adultos, em parceria com entidades externas, em particular a Associação Nacional de Ação Familiar - ANJAF, que neste ano foi considerada uma medida do Ano Europeu de Luta contra a Pobreza e distinguido com o Prémio da Organização Mundial da Família; Estruturação do Programa de Microcrédito na formação dos Dinamizadores e Tutores de Proximidade e no acompanhamento e monitorização da fase inicial de lançamento da parceria com a REAPN.

2011

Assinalando o Ano Europeu do Voluntariado, foi instituído o Prémio Voluntariado Jovem, em parceria com a Lusitânia, que pretendeu distinguir o melhor projeto de voluntariado realizado por jovens.

2013

Lançamento do Portal Ei – Educação e Informação; Início da iniciativa Minuto Solidário; 1.ª edição do Programa Impacto Social, desenvolvido em parceria com a CASES e a 4Change; Parceria com a Cruz Vermelha Portuguesa no Programa Estado Puro, que visa facilitar a reintegração de reclusos na sociedade; Apoio ao Projeto de Dinamização Associativa que tem como objetivo tornar os associados mais ativos e colaborantes com a Associação, realizado pela *Call to Action*, que facilitou a sustentabilidade da Associação Protetora dos Diabéticos; Criação do Comité de Responsabilidade Social do Montepio; Realização do 1.º Reunião da Cadeia de Valor do Montepio integrando, clientes, parceiros e fornecedores; Edição do *e-learning* sobre Responsabilidade Social para colaboradores; Estudo de mercado para Diagnóstico da Perceção da Responsabilidade Social Externa do Montepio.

2012

Início do Projeto Capacitar Mais, nascido da cooperação entre a Fundação Montepio, a Accenture, a Fundação Gulbenkian, a TESE e a UDIPSS do Porto, com o objetivo de disponibilizar formação a dirigentes e técnicos de IPSS do distrito do Porto; Início do Projeto Cuidar Melhor, promovido pela Associação de Alzheimer com a parceria da Fundação Montepio e da Fundação Gulbenkian; Presidência do GRACE em representação do Montepio; No âmbito do Ano Europeu do Envelhecimento Ativo, a Fundação tomou as seguintes iniciativas:

- Apoio exclusivo à preparação do Livro Branco, iniciativa do Ministério da Solidariedade e Segurança Social;
- Participação no conselho consultivo do Portugal Maior;
- Criação do Prémio Envelhecimento Ativo;
- Alargamento das colónias de férias de Verão, realizadas pelos Serviços Sociais do Montepio, aos períodos de interrupção letiva da Páscoa e Natal, facilitando a conciliação trabalho/família;
- Lançamento do GEPE - Grupos de Entreajuda para a procura de emprego, iniciativa do IPAV apoiada pela Fundação Montepio.

2014

Início de uma projeto de promoção do envelhecimento ativo, DAR - Desenvolvimento Ativo Responsável, desenvolvido pela Fundação em parceria com a Direção de Recursos Humanos; 1.ª Edição do Programa Montepio Incentivo Superior, implementado em articulação com as instituições de Ensino Superior nacionais, com o objetivo de apoiar estudantes com dificuldades financeiras, combatendo o abandono escolar; Abertura da *atmosfera m*, na cidade do Porto, um espaço de cidadania aberto ao público, propriedade da Associação Mutualista, no qual são realizadas iniciativas orientadas para o pensamento, a reflexão, a aprendizagem, as artes, a cultura, a solidariedade e a intervenção cívica; “Melhor política na otimização dos recursos mais seniores” – distinção atribuída pela revista Human Resources Portugal.

## ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A dimensão da sustentabilidade é cada vez mais um fator estruturante da atividade de uma organização e deve ser encarada como um pressuposto da ação, uma alavanca do negócio e um fator de diferenciação, inspirador das linhas de orientação estratégica.

Neste sentido e tendo presente a conjuntura nacional e internacional de enquadramento, o Montepio, com a audácia de uma instituição diferente, alicerçada num passado credível e sólido e no qual o desenvolvimento sustentável assume a função de aglutinador de enquadramento, definiu a sua Estratégia de Responsabilidade Social reconhecendo quatro eixos de atuação comuns às três principais entidades (AM, CEMG e Fundação).



## EIXO 1 – AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE

O primeiro eixo ou linha de orientação estratégica é a afirmação da identidade, considerando que esse processo de reforço identitário é essencial à consolidação da responsabilidade social do Montepio e à infungibilidade da sua marca.

- AM como a maior organização da economia social em Portugal;
  - CEMG como instituição financeira ética;
  - Fundação como uma das maiores investidoras sociais no país;
- A afirmação da identidade exige, também, uma convergência de princípios, de meios e uma permanente articulação entre áreas, nomeadamente ao nível da comunicação, da construção de produtos e da adoção de uma política de responsabilidade única.

## EIXO 2 – FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

O segundo eixo prende-se com a necessidade de manter e reforçar a humanização das relações entre o Montepio e os seus diversos interlocutores.

As mutualidades nascem da cooperação interessada entre pessoas e só fazem sentido enquanto as pessoas se sentirem unidas em torno de fins comuns e se identificarem com os princípios e com as práticas dessa organização.

Para além da reflexão em torno das opções de governança e do equilíbrio difícil que é necessário fazer entre o crescimento da massa associativa e a garantia da sua participação responsável e consciente, é possível desenvolver laços fortes com os colaboradores, associados, clientes e fornecedores, de modo a promover um sentimento orgulhoso e coletivo de pertença.

As práticas de sustentabilidade constituem esse cimento virtuoso que une as pessoas e garante a sua fidelidade a um modelo associativo.

## EIXO 3 – COOPERAÇÃO

O Montepio tem vindo a defender a urgência e indispensabilidade das organizações da economia social trabalharem em conjunto e na conveniência de garantir uma saudável parceria entre os diversos setores produtivos.

É intenção do Montepio intensificar este eixo nos territórios nos quais se encontra sediado devendo, através das suas múltiplas entidades, integrar as forças vivas da comunidade (redes sociais, conselhos locais, parcerias de desenvolvimento, estruturas de âmbito nacional quer do setor empresarial, quer do setor da economia social).

É importante facilitar, estimular e valorizar os colaboradores que desempenham funções como dinamizadores comunitários, dirigentes de organizações sem fins lucrativos ou voluntários em causas sociais e ambientais.

## EIXO 4 – PROMOÇÃO AMBIENTAL

Trata-se de uma área estruturante da intervenção de qualquer organização e sem a qual todos os outros eixos não funcionarão em pleno.

Apesar de ter subscrito a resolução do ESBG sobre esta matéria, o Montepio pretende melhorar as práticas em curso e a sensibilização interna em relação a este domínio. A elaboração de um rigoroso diagnóstico ambiental e a implementação de medidas corretivas ao nível interno e no âmbito do negócio, constitui um objetivo a priorizar nos próximos anos, fazendo com que o Montepio ascenda a uma posição relevante enquanto entidade amiga do ambiente, levando o seu exemplo a todas as demais organizações da economia social.

Para cada eixo de intervenção para o desenvolvimento sustentável, o Montepio definiu objetivos e ações concretas a desenvolver.

EIXOS DE INTERVENÇÃO	OBJETIVOS
<p><b>AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE</b></p> 	<p>PROMOVER O CRESCIMENTO DO MONTEPIO COMO UMA DAS MAIORES MUTUALIDADES DA EUROPA</p> <p>CONSOLIDAR O MONTEPIO COMO A MAIOR ORGANIZAÇÃO DA ECONOMIA SOCIAL EM PORTUGAL</p> <p>ASSUMIR O ESTATUTO DE PARCEIRO SOCIAL</p> <p>AFIRMAR A CAIXA ECONÓMICA COMO ESTRUTURA DA BANCA ÉTICA</p>
<p><b>FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS</b></p> 	<p>APROFUNDAR A GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS</p> <p>REFORÇAR A RELAÇÃO COM OS ASSOCIADOS</p> <p>REFORÇAR A RELAÇÃO COM OS CLIENTES</p>
<p><b>COOPERAÇÃO</b></p> 	<p>REFORÇAR AS RELAÇÕES E A RENTABILIZAÇÃO DE RECURSOS INTERNOS</p> <p>DESENVOLVER UMA CARTOGRAFIA DA SOLIDARIEDADE</p> <p>ALARGAR A CAPILARIDADE E FOCALIZAÇÃO DA INTERVENÇÃO</p> <p>FORTALECER AS REDES DE PARCERIA INTERNAS E EXTERNAS</p>
<p><b>PROMOÇÃO AMBIENTAL</b></p> 	<p>REDUZIR A PEGADA ECOLÓGICA</p> <p>PROMOVER BOAS PRÁTICAS AMBIENTAIS</p> <p>INCLUIR A DIMENSÃO AMBIENTAL NA ANÁLISE DE RISCO</p> <p>criar produtos amigos do ambiente</p>

## AÇÕES CONCRETAS A DESENVOLVER

- Implementação de novos produtos e descoberta de novas áreas (saúde, desemprego, dependência, demência)
- Dinamização associativa, com base em protocolos em *elearning* e em *friendly technology*
- Conquista do espaço da proteção social complementar
- Expansão de um modelo experimental de proteção complementar nos PALOP e na diáspora
- Investimento na divulgação e formação dos diversos *stakeholders* no domínio mutualista e na área da responsabilidade social
- Assunção das funções de principal financiador e mediador do setor social da economia
- Integração na CASES
- Integração no Conselho de Economia Social

- Implementação de projetos nos territórios dos PALOP onde o Montepio está presente através das suas empresas participadas
- Reforço da intervenção da Fundação como promotora da capacitação da economia social e da avaliação de impacto
- Aumento do financiamento e investimento a novos projetos inovadores e sustentáveis e *start ups* da economia social

- Aprofundamento do investimento em microcrédito
- Alargamento da penetração no mercado do setor social e clara diferenciação de produtos bancários e seguradores para esta área
- Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira e serviços mínimos bancários
- Aumento do financiamento a produtos inovadores e a empreendedores, artistas e artesãos portugueses

- Adoção de medidas complementares que imprimam crescente humanização
- Garantia de que todas as empresas fornecedoras na área de recursos humanos cumprem todos os requisitos legais

- Realização de ações de dinamização associativa
- Criação de espaços físicos e virtuais de acesso diferenciado para associados
- Valorização permanente dos suportes de comunicação

- Conquista dos clientes para a vertente associativa
- Renovação do site, reforçando a dimensão ética como *layout*.

- Desenvolvimento de iniciativas e projetos de responsabilidade social com outras empresas do Grupo

- Levantamento das boas práticas no setor social

- Revisão atualista da intervenção com ganhos de eficiência a partir da rentabilização de recursos

- Adoção de uma perspetiva de Grupo em matérias de desenvolvimento sustentável
- Alargamento e consolidação das parcerias com entidades congénères

- Medição da pegada ecológica
- Implementação de medidas de contenção (alteração da frota, utilização do *skype* e redução de deslocações, redução da fatura energética)

- Lançamento de campanhas internas de sensibilização para a redução do consumo de luz, água, papel
- Prática generalizada de processo de reciclagem de vidro, plástico e papel
- Inclusão da redução da fatura nos indicadores de avaliação de desempenho

- Priorização de projetos validados ambientalmente e indeferimento de financiamentos de projetos tóxicos

- Linhas de financiamento para adaptação energética, habitação sustentável, atividades agrícolas amigas do ambiente

## MODELO DE GOVERNO

Devido aos diferentes modelos de governo das organizações que integram o âmbito deste relatório (AM, CEMG e Fundação), apresentam-se os modelos de governo das 3 organizações, que garantem a independência das gestões.

### MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

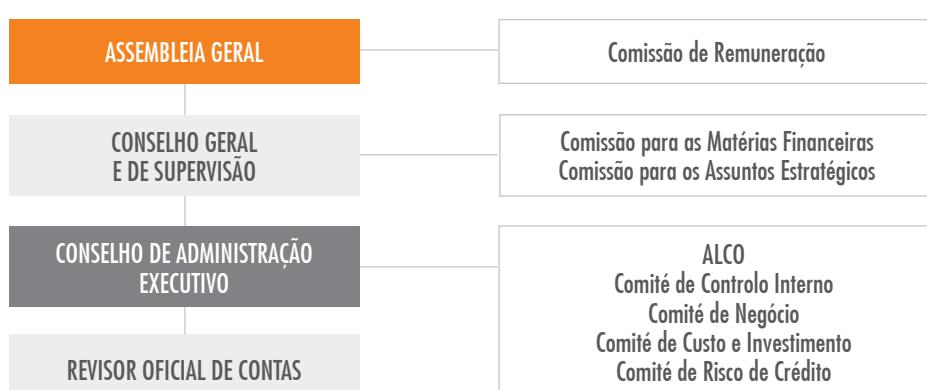
O modelo de governo da AM está conforme o definido no regime específico das associações mutualistas – Código Mutualista –, que se encontra vertido nos seus estatutos. Os membros dos órgãos de governo da AM são eleitos por métodos democráticos, sendo o direito de voto exercido pela atribuição de um voto a cada Associado. As últimas eleições tiveram lugar a 8 de dezembro de 2012, tendo sido eleitos os órgãos associativos para exercer funções de gestão e fiscalização durante o triénio de 2013-2015.

Conforme estabelecido nos estatutos, o modelo de governo da AM compreende a Assembleia Geral, constituída por todos os associados maiores de idade no pleno exercício dos seus direitos associativos, a Mesa da Assembleia Geral, o Conselho Geral, o Conselho Fiscal, que integra um Revisor Oficial de Contas, e o Conselho de Administração. Para além destes órgãos definidos estatutariamente, é eleita trienalmente, pela Assembleia Geral, uma Comissão de Vencimentos, que submete à deliberação da Assembleia a política de remuneração dos membros dos órgãos associativos.



### CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

O modelo de governo dualista da CEMG, em vigor desde 2013, após alteração de estatutos, compreende os seguintes órgãos para o triénio 2013-2015: a Assembleia Geral; o Conselho Geral e de Supervisão; o Conselho de Administração Executivo; a Comissão de Remunerações e o Revisor Oficial de Contas.



O Conselho de Administração Executivo reuniu-se uma vez por semana, ao longo do ano de 2014, com um grau de assiduidade de cada administrador em redor dos 100%.

#### **FUNDAÇÃO MONTEPIO**

O modelo de governo da Fundação é composto pelo Conselho de Administração e pelo Conselho Fiscal e pelo Conselho Geral. Os titulares dos órgãos sociais da Fundação são pessoas singulares designadas pela AM, por um período de 3 anos, correspondente ao período de mandato dos seus órgãos sociais. Compete ao Conselho de Administração da AM a nomeação dos membros dos órgãos sociais, com indicação expressa daqueles a quem caberá o exercício das funções de Presidente.

O Conselho de Administração reúne ordinariamente uma vez por mês e extraordinariamente sempre que seja convocado pelo Presidente.

---

#### **COMITÉ DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

A criação de um Comité de Responsabilidade Social do Montepio, em 2013, teve como objetivo sensibilizar todo o Grupo e, em particular, os seus dirigentes, para a importância da responsabilidade social como motor de desenvolvimento global e sustentável, garantindo um trabalho planeado e integrado por todos os intervenientes, que terá como grande meta criar as condições para definir uma estratégia de Responsabilidade Social e elaborar o primeiro Relatório de Sustentabilidade do Montepio.

O Comité de Responsabilidade Social reuniu uma vez em 2013 e duas vezes em 2014. No futuro, reunirá semestralmente para planear e avaliar as atividades de Responsabilidade Social.

O Comité de Responsabilidade Social reúne áreas estratégicas da AM, da CEMG e da Fundação e é constituído pelos responsáveis das seguintes áreas:

- **Direção de Planeamento, Estratégico, Controlo e Contabilidade;**
- **Gabinete de Responsabilidade Social;**
- **Gabinete de Dinamização Associativa;**
- **Direção de Marketing e Comunicação;**
- **Direção de Desenvolvimento Organizacional;**
- **Direção de Novos Negócios;**
- **Direção de Recursos Humanos.**

## GESTÃO DE RISCO

Um dos eixos de atuação da AM é: "Desenvolver o sistema de controlo interno e reforçar as capacidades de gestão dos riscos, com políticas e procedimentos adequados ao perfil e dimensão da atividade, nomeadamente desenvolvendo políticas e procedimentos de identificação, gestão e monitorização dos diversos riscos".

O sistema de gestão de riscos da AM assenta num processo integrado de identificação e mensuração dos riscos inerentes à atividade e caracterização das iniciativas e instrumentos disponíveis para limitar a exposição da situação patrimonial da AM ao nível entendido como adequado.

Neste sentido, é dada particular atenção à identificação e controlo do risco de mercado, através da definição de limites de risco, critérios de diversificação e perfil temporal da carteira de ativos, que tenha em conta não só as características das responsabilidades assumidas pela AM mas igualmente as expectativas da evolução dos mercados financeiros.

O nível de adequação das responsabilidades com as diferentes modalidades, tendo em conta a evolução real da esperança de vida e da taxa de juro, é igualmente objeto de acompanhamento periódico no âmbito do sistema de gestão de riscos.

Por sua vez, a evolução da taxa de juro, variável crítica da atividade da AM é monitorizada de forma a permitir uma intervenção com vista a otimizar a rendibilidade dos ativos e a mitigar os efeitos desfavoráveis na valorização de ativos e passivos decorrentes de alterações na estrutura temporal e aumento da volatilidade das taxas de juro.

O Conselho de Administração Executivo da CEMG, no exercício das suas funções, aprova e revê anualmente os objetivos e linhas de orientação estratégica para o triénio seguinte e controla, permanentemente, a evolução global da Instituição, os riscos inerentes à atividade e a condução e execução das várias atividades e projetos.

Existem unidades específicas da estrutura orgânica responsáveis por funções de controlo interno nos domínios de gestão dos riscos e de sistemas de informação.

Os órgãos, comissões e unidades orgânicas responsáveis pelo controlo interno e pela gestão de risco são:

- Direção de Auditoria e Inspeção;
- Direção de Risco;
- Gabinete de *Compliance*.

A Direção de Risco apoia o Conselho de Administração Executivo na tomada de decisões associadas à gestão dos diferentes tipos de risco inerentes à atividade, no seio do Grupo CEMG. De igual modo, assegura a análise e a gestão de riscos, numa ótica de Grupo, sempre que superiormente decidido, incluindo a identificação, avaliação, acompanhamento e controlo dos riscos de mercado, liquidez, taxa de juro, crédito e operacional. O estatuto orgânico da Direção de Risco tem na sua estrutura: o Departamento de Riscos Globais, o Departamento de Riscos de Negócio e o Departamento de Modelização de Riscos, consoante seja a gestão dos riscos de liquidez, de mercado, de taxa de juro e dos níveis de solvabilidade; a gestão dos riscos de crédito e operacional; e o desenvolvimento de sistemas de classificação de risco de apoio à análise e decisão de crédito e da sua validação independente da função de desenvolvimento.

No que respeita ao risco de compliance, cabe ao Gabinete de *Compliance* o seu controlo bem como garantir a execução das políticas aprovadas pelo Conselho de Administração no domínio deste tipo de risco e de prevenção do branqueamento de capitais.

- Conselho de Administração Executivo;
- Conselho Geral e de Supervisão;
- Comissão para as Matérias Financeiras;
- Auditor Externo;

## ÉTICA E INTEGRIDADE

Para além das disposições legais, estatutárias e regulamentares, todas as atividades desenvolvidas pelo Montepio regem-se, também, pelo cumprimento das deliberações dos órgãos sociais, das normas internas, das regras de conduta e normas deontológicas.

### CÓDIGO DE CONDUTA

O Código de Conduta do Montepio é composto por duas partes fundamentais: a primeira, trata dos órgãos de governo e das regras de conduta que neles devem ser observadas; a segunda, das regras de comportamento e deontológicas que devem ser respeitadas pela instituição – verdadeiras normas ético constitucionais – e, ainda, pelas que são dirigidas à gestão da sua globalidade e depois aos gestores, colaboradores e outros detentores de interesses.



- **RESPONSABILIDADE**
- **PRUDÊNCIA**
- **LEGITIMIDADE**
- **TRANSPARÊNCIA**

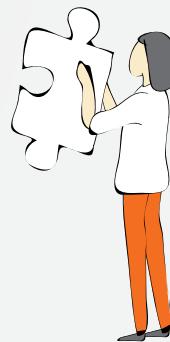
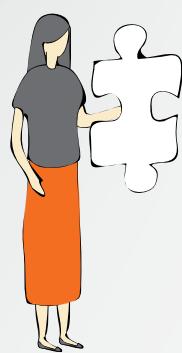
# 04.

## Envolvimento com *Stakeholders*





**PAUTAMOS  
A NOSSA AÇÃO  
PELA *ética*  
COM QUEM NOS  
APOIA TODOS  
OS DIAS**



## ENVOLVIMENTO COM *STAKEHOLDERS*

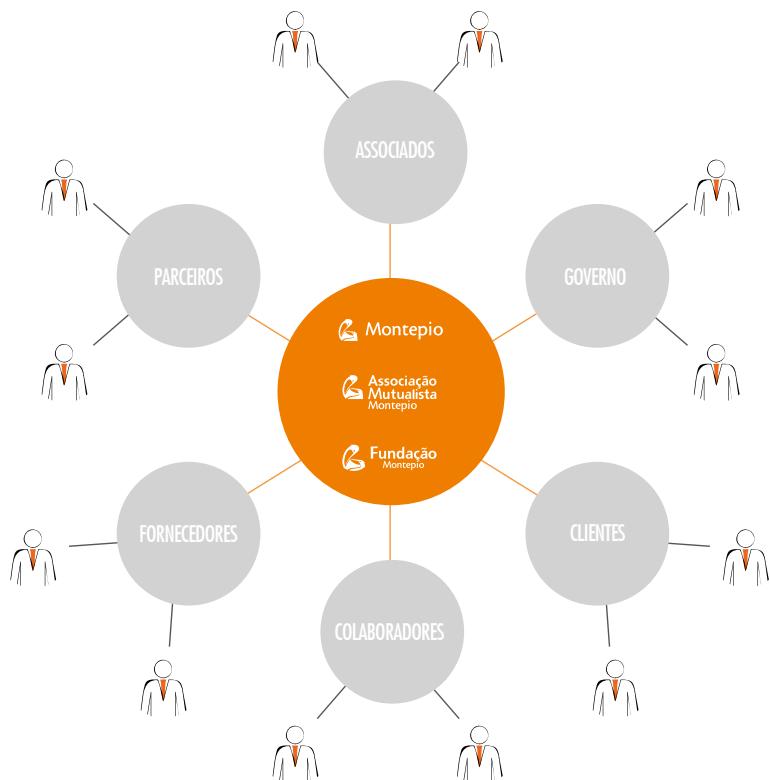
A AM, a CEMG e a Fundação reconhecem a importância dos seus *stakeholders* como elementos fundamentais para o prosseguimento das suas atividades e para o sucesso alcançado ao longo da sua existência. O envolvimento com *stakeholders* é considerado uma das ações que sustenta a responsabilidade social, pois permite identificar as questões emergentes, moldar as respostas e continuar a melhorar o desempenho.

### O QUE SÃO *STAKEHOLDERS* OU PARTES INTERESSADAS?

TODOS AQUELAS PESSOAS, INDIVIDUAIS OU COLETIVAS, QUE AFETAM E/OU PODEM SER AFETADAS PELAS ATIVIDADES, PRODUTOS OU SERVIÇOS DE UMA ORGANIZAÇÃO OU PELO DESEMPENHO A ELA ASSOCIADO.

### QUAIS SÃO OS *STAKEHOLDERS* DO MONTEPIO?

A identificação dos principais *stakeholders* da AM, da CEMG e da Fundação foi feita com base em critérios de responsabilidade, influência e dependência.



A AM, a CEMG e a Fundação, de forma a promoverem uma ligação próxima e um diálogo aberto com todos os seus *stakeholders*, dispõem de diferentes meios de comunicação:

## ASSOCIADOS

- Revista Montepio
- Jornal Montepio Jovem
- Revista VOA
- E-newsletter mensal para associados
- Website
- Relatório e Contas
- Portal Ei



## COLABORADORES

- Boletim Interno "Em Direto"
- Brochura Institucional da Fundação
- Intranet (destaque para publicação de RS online, Newsletter Voluntariado e Info Social e Mutualista)
- Relatório e Contas
- Website



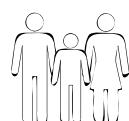
## FORNECEDORES

- Auditorias
- Brochura Institucional da Fundação



## CLIENTES

- Newsletter mensal
- Brochura Institucional da Fundação
- Website
- Relatório e Contas
- Portal Ei



## PARCEIROS

- Seminários e Conferências
- Portal Ei
- Brochura Institucional da Fundação



## GOVERNO

- Reuniões periódicas
- Reportes obrigatórios
- Relatório e Contas



Estes meios de comunicação são fundamentais para manter o diálogo com todos os seus grupos de *stakeholders* e, assim, melhor compreender as suas expectativas e preocupações.

A AM, a CEMG e a Fundação conscientes de que um dos fatores de distinção das organizações passa pelo conhecimento das preocupações e das expectativas dos seus *stakeholders* na gestão dos temas da sustentabilidade, levou a cabo, em 2015, a primeira auscultação em matéria de sustentabilidade junto dos seus associados, colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros.

A consulta desenvolvida, teve como objetivo identificar as expectativas e as preocupações dos *stakeholders* (internos e externos) relativamente a 3 áreas:

## 1. DESEMPENHO DE SUSTENTABILIDADE

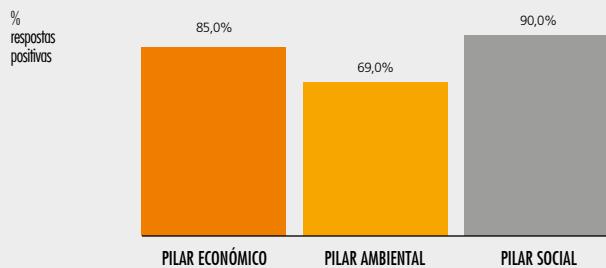
## 2. REPUTAÇÃO E IMAGÉM

## 3. TEMAS RELEVANTES

## PRINCIPAIS RESULTADOS DO PROCESSO DE AUSCULTAÇÃO DE STAKEHOLDERS

### 1. DESEMPENHO DE SUSTENTABILIDADE

A maioria da amostra auscultada considera que a AM, a CEMG e a Fundação apresentam uma visão clara das suas responsabilidades (económica, ambiental e social). Contudo, o pilar ambiental é o que apresenta resultados menos positivos.



### 2. REPUTAÇÃO E IMAGEM

A maioria dos stakeholders considera que AM, a CEMG e a Fundação têm uma boa Reputação e Imagem. No entanto, alguns temas de Visão e Liderança e de Práticas Ambientais sugerem oportunidades de melhoria.



### 3. TOP 10 - TEMAS RELEVANTES

No âmbito da atividade da AM, da CEMG e da Fundação, destaca-se uma maior importância atribuída à dimensão económica pela globalidade dos stakeholders – o Top 10 inclui 9 temas do pilar económico:

Condições de acessibilidade (física e tecnológica)	Envolvimento com stakeholders
Desempenho económico/criação de valor	Qualidade do serviço e satisfação dos associados e dos clientes
Estratégia corporativa de responsabilidade social	Produtos e serviços focados nas necessidades diversificadas dos associados e dos clientes
Gestão de riscos	Práticas de combate à corrupção e branqueamento de capitais
Ética e integridade	Desenvolvimento do capital humano

## TESTEMUNHOS DE STAKEHOLDERS OBTIDOS NO ÂMBITO DA SUA AUSCULTAÇÃO

### COLABORADORES

“O Montepio posiciona-se no mercado de uma forma predominantemente conservadora relativamente à concorrência, o que demonstra um elevado nível de responsabilidade económica, reduzindo o seu contributo para a degradação da economia global.

No que respeita à responsabilidade ambiental, o Montepio tem adotado de forma sistemática medidas para a redução do impacto no ambiente do funcionamento das suas instalações, adotando medidas de redução do consumo de recursos energéticos através da melhoria das instalações de modo a minimizar as perdas energéticas.

Já no que toca à responsabilidade social, este é talvez o aspeto no qual o Montepio manifesta, desde a sua origem, um maior nível de responsabilidade. O Montepio tem desenvolvido ao longo dos tempos um sem número de actividades, apoiando direta ou indiretamente instituições de cariz social e atribuindo prémios monetários a projetos inovadores de envolvimento social.”

### FORNECEDORES

“A nível de responsabilidade social é um banco que promove vários eventos, como corridas solidárias, apoio a instituições, ações de voluntariado com a comunidade e manutenção/preservação do património. É um banco com uma imagem de enorme solidez financeira e que passa uma imagem de sustentabilidade.”

### PARCEIROS

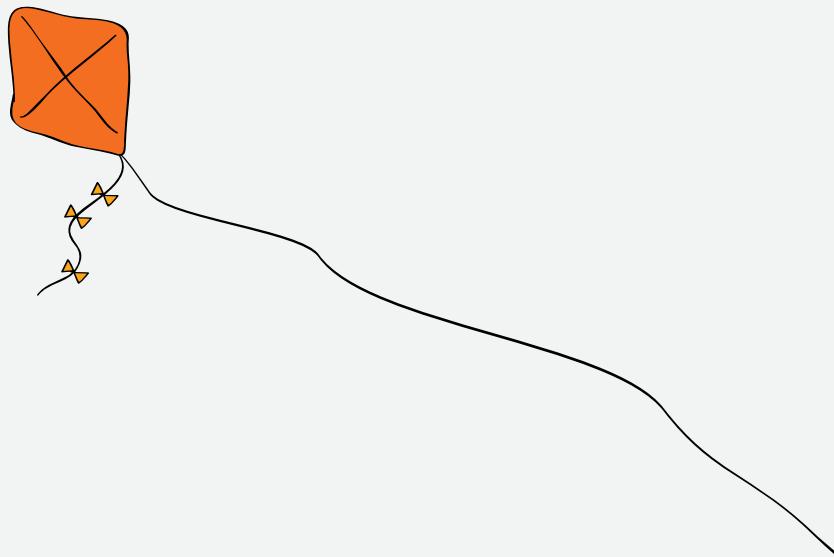
“O Montepio tem desenvolvido uma política de responsabilidade social sustentada e consistente, tendo apoiado diversas entidades do sector social para levar a cabo projetos em benefício das populações carenciadas.”

### CLIENTES

“O Montepio tem vindo a apresentar-se cada vez mais como um banco bastante ativo na economia das empresas portuguesas.”

### ASSOCIADOS

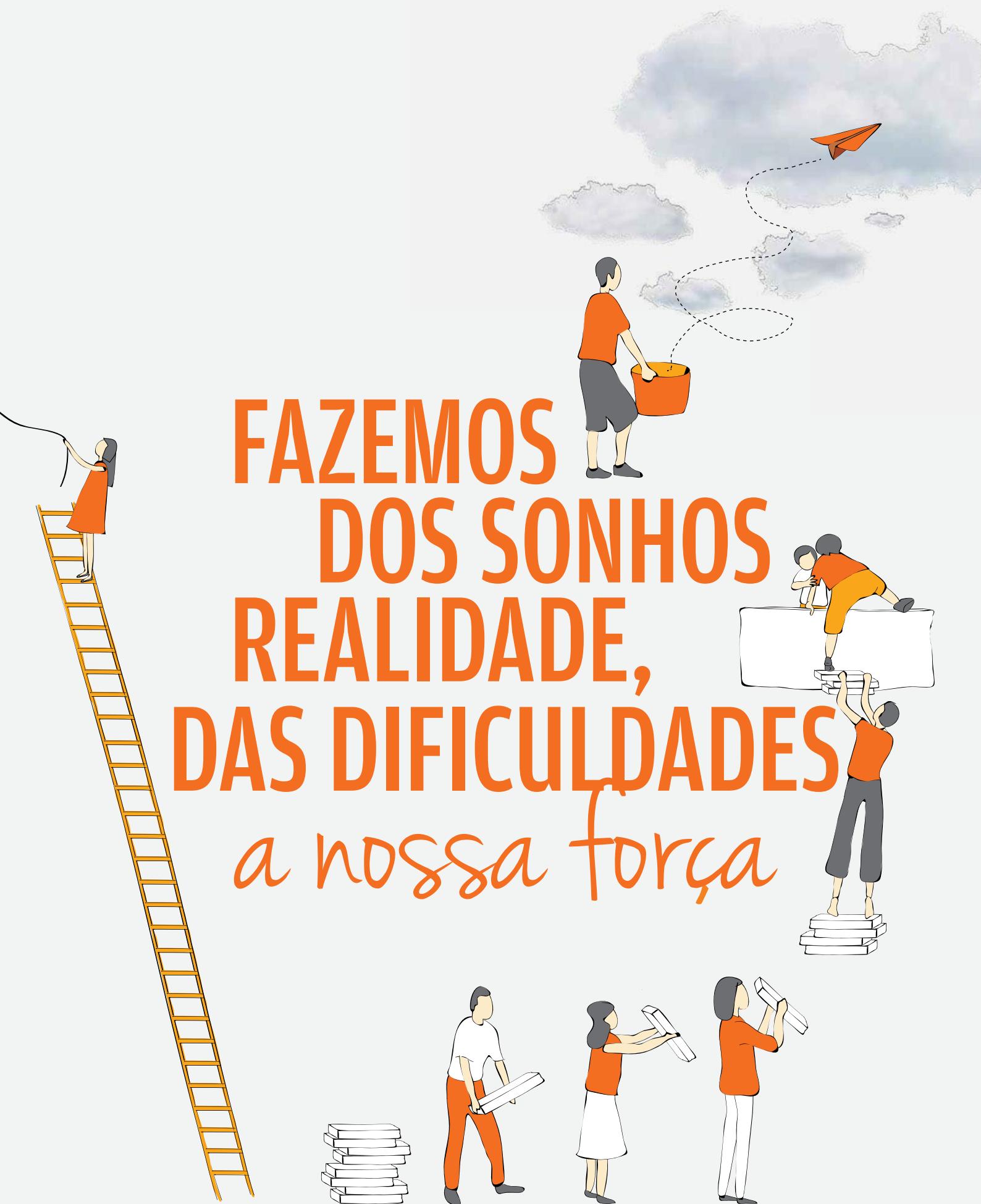
“Conheço o Montepio através das newsletters que envia regularmente.”



# 05.

Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores

FAZEMOS  
DOS SONHOS  
REALIDADE,  
DAS DIFICULDADES  
*a nossa força*



## DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS DIFERENCIADORES

### DESEMPENHO ECONÓMICO

A CEMG garante um crescimento económico sustentado, estando comprometida com a utilização do valor positivo criado pelo negócio para beneficiar os diferentes grupos de *stakeholders*.

#### CRIAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE VALOR (EM MILHARES DE EUROS)

		2012	2013	2014
VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO	Produto Bancário	430 506	377 677	784 499
	Provedores de capitais	1 692	-	-
	Governo	6 963	9 469	18 190
	Fornecedores	119 357	109 926	120 494
	Colaboradores	197 146	196 834	194 153
	Comunidade	1 435	1 789	1 559
VALOR ECONÓMICO ACUMULADO		103 913	59 659	450 103

NO FINAL DE 2014, O MONTEPIO DETINHA:

**139 868**  
Clientes Empresa  
+3% que em 2013

**1 376 973**  
Clientes Particulares  
+2% que em 2013

#### EVOLUÇÃO DE DEPÓSITOS E CRÉDITO CONCEDIDO (EM MILHARES DE EUROS)

	2012	2013	2014
<b>DEPÓSITOS</b>	13 103 506	14 039 197	14 242 679
Depósitos de Particulares e Pequenos Negócios	10 200 881	10 149 647	10 435 870
Instituições sem Fins Lucrativos	975 492	948 288	1 135 897
Depósitos de Empresas	2 106 338	2 756 639	2 812 728
Depósitos de outros segmentos	796 287	1 132 911	994 081
<b>CRÉDITO</b>	16 806 449	16 556 907	16 540 943
Particulares e pequenos negócios	10 267 539	9 872 879	9 359 107
Banca de Empresas	6 366 923	6 643 013	7 073 092
Outros segmentos	171 987	41 015	108 744

## PRODUTOS E SERVIÇOS FOCADOS NAS NECESSIDADES DOS ASSOCIADOS E CLIENTES

Em 2014, a CEMG procedeu ao reforço das suas capacidades em diversas frentes, desde o alargamento da oferta e melhoria do serviço ao cliente, à gestão prudente de riscos e recuperação de créditos vencidos, proporcionando serviços e soluções nas diversas áreas de atuação capazes de melhor responder às necessidades dos diversos clientes e *stakeholders*.

Apesar da conjuntura de concorrência intensa no setor, a adoção de uma abordagem de adaptação e modernização permanente permitiu melhorar a notoriedade, os indicadores de satisfação dos clientes e a reputação da marca Montepio.

A CEMG apresentou assim um vasto leque de oferta de produtos com benefício social e ambiental para os diferentes segmentos de clientes. A inclusão financeira é central na forma como o Montepio faz negócio e é uma componente chave no seu compromisso de finanças responsáveis.

BANCA DE PARTICULARS	BANCA DE EMPRESAS	BANCA PARA A ECONOMIA SOCIAL
Soluções de poupança	Soluções de apoio ao investimento	Solução Montepio Setor Social
Solução de apoio ao desporto	Soluções de apoio à economia do mar	Cartão + Vida
Soluções de apoio à educação	Soluções de apoio ao empreendedorismo	Soluções de apoio ao investimento
Soluções de apoio à saúde e bem-estar	*Soluções de apoio à eficiência energética	Soluções para a modernização da frota automóvel
Soluções para residentes no estrangeiro	*Soluções de apoio à mobilidade elétrica	Soluções TIC de apoio à melhoria e competitividade
-	-	Soluções de apoio à proteção ao voluntário
-	 Crédito Energias	
-	 Montepio Mobilidade Elétrica Auto	

 Produto com benefício ambiental

### BANCA DE PARTICULARS

A estratégia da CEMG definida para o segmento de particulares tem privilegiado o estímulo à poupança das famílias, nomeadamente através da captação e retenção de depósitos a prazo com maturidades e características diversificadas. O desenvolvimento de oferta sustentável para este segmento encontra-se focada em soluções destinadas a apoiar as necessidades dos clientes na área da saúde e bem-estar, educação e desporto, incluindo os clientes emigrantes.

#### SOLUÇÕES DE POUPANÇA

Com base numa estratégia de reforço de captação de poupança junto do segmento particulares, destacam-se pela relevância na criação de hábitos de poupança e caráter diferenciador as seguintes soluções de poupança adaptadas às necessidades das diferentes fases de vida:

- **Montepio Mini Super Poupança e Montepio Fun Poupança** – destinado a crianças até 6 anos, e idade entre 7 aos 12 anos, respetivamente.
- **Montepio Proteção 18-30** – modalidade mutualista de proteção mista (poupança e proteção), exclusiva para associados, que assegura o pagamento do capital subscrito, em vida ou morte do subscritor, ao jovem beneficiário indicado no ato de subscrição. A idade do jovem à data do recebimento não poderá ser inferior a 18 anos nem superior a 30 anos.
- **Montepio Pensões de Reforma** – modalidade mutualista individual de proteção da longevidade, destinada exclusivamente a associados que tenham, à data da subscrição, idade superior a 35 anos e igual ou inferior a 60 anos. Trata-se de uma solução destinada a assegurar o pagamento vitalício, com periodicidade mensal, da pensão anual subscrita.
- **Soluções de Poupança Complementar** – Ativa, Jovem e Séniior – permite poupar com pequenos reforços mensais (a partir de 10 euros), com rendimento garantido e total flexibilidade na utilização do capital investido, em qualquer altura, quer seja pelo valor total ou parcial ou revertido numa pensão vitalícia.

### **APOIO AO DESPORTO**

A CEMG procedeu ao lançamento de uma solução financeira dedicada a clientes particulares que praticam desporto – Solução Montepio Runner que, além de uma solução financeira, garante o acesso a serviços, descontos no universo runner e vantagens na área de seguros e lazer.

### **APOIO À EDUCAÇÃO**

Em 2014, a CEMG voltou a participar na **Linha de Crédito para Estudantes do Ensino Superior com Garantia Mútua**, apoiando as famílias com as despesas destinadas à educação/formação.

### **APOIO À SAÚDE E BEM-ESTAR**

A área da saúde tem sido um foco de posicionamento estratégico da AM desde há alguns anos, tendo sido desenvolvidas várias soluções a pensar no bem-estar dos seus clientes, que contemplam vantagens exclusivas para associados, orientadas especialmente para o segmento sénior.

### **SOLUÇÕES RESIDENTES NO ESTRANGEIRO**

Através dos seus escritórios de representação nas principais cidades e de produtos específicos para os portugueses que residem fora do país, o Montepio garante a disponibilização de um leque de soluções para os residentes no estrangeiro: soluções mutualistas; soluções de transferências e seleção de imóveis em todo o país, para compra, arrendamento ou permuta.

No âmbito do crédito habitação, o Montepio manteve a atribuição de condições diferenciadas nas operações destinadas à aquisição dos imóveis detidos em carteira. Esta ação foi reforçada, no final do semestre, com o lançamento do projeto de comunicação de imóveis, que teve como principal objetivo divulgar a oferta que o Montepio detém através do Portal de Imóveis.

Na área de seguros, a oferta foi melhorada através do lançamento de novos seguros – Seguro de Responsabilidade Civil Profissional; foram melhoradas tarifas de vários seguros, reforçadas as coberturas de produtos existentes, Seguro Acidentes de Trabalho, Serviço Doméstico e Sorriso Garantido e alargada a prática de concessão de descontos a associados nos seguros do Ramo Real.

### **BANCA DE EMPRESAS**

Em linha com o objetivo estratégico de posicionar a CEMG como parceiro do segmento empresarial, aumentando a quota de mercado e continuando a diversificar a atividade, o ano de 2014 ficou marcado pelo desenvolvimento e divulgação desta estratégia, através de uma campanha de comunicação multimeios dirigida às empresas. A campanha teve por objetivo posicionar o Montepio junto do segmento empresarial a partir de uma mensagem assente numa lógica de dominó, que confirma que o ganho de um empresário, o ganho de um projeto inovador, o ganho de uma boa ideia ou de uma equipa empreendedora é um ganho de todos.

A CEMG também tem vindo a aprofundar projetos orientados à internacionalização das empresas, uma das suas áreas prioritárias de ação em 2014, através da disponibilização de uma vasta gama de produtos e serviços, da realização de ações orientadas para a dinamização do contacto com o mercado exportador, e, ainda, das parcerias estratégicas com entidades que possibilitem a expansão do negócio internacional.

## SOLUÇÕES DE APOIO AO INVESTIMENTO

Em 2014, tendo em conta a estratégia de posicionamento enquanto “Banco de apoio às empresas”, foi atribuída especial atenção às necessidades de financiamento das organizações deste setor, em particular das PME, num contexto financeiro que lhes é particularmente adverso. Em resultado dessa estratégia, a CEMG manteve e reforçou a participação nas iniciativas das entidades públicas que visam dinamizar a oferta de financiamento das empresas, como sejam as seguintes linhas de crédito protocoladas:

### • LINHA DE CRÉDITO PME CRESCIMENTO 2014

Criada para apoiar o financiamento de investimento novo de PME em ativos fixos corpóreos e incorpóreos, ou o reforço do fundo de maneio ou dos capitais permanentes. Foi incluído nesta linha um apoio específico a empresas exportadoras para financiamento das necessidades de tesouraria relativamente a operações comerciais que impliquem necessidades temporárias de acréscimo de fundo de maneio.

### • LINHA DE CRÉDITO COMÉRCIO INVESTE

Destinada a apoiar o financiamento de projetos aprovados na iniciativa desenvolvida pelo IAPMEI – Comércio Investe, que tem por objetivo promover a inovação de processo, organizacional e de marketing, nas empresas do setor do comércio.

### • LINHA GARANTIA MÚTUA – FEI 2013-2015

Financiamento de investimento desenvolvido por PME para aquisição de ativos tangíveis e intangíveis, participações sociais, fundo de maneio, investigação e desenvolvimento e aquisição de licenças.

### • LINHA DE CRÉDITO BEI 2014

Criada no seguimento da assinatura, em junho, de contrato de financiamento celebrado entre a CEMG e o Banco Europeu de Investimento (BEI), para apoio ao investimento de PME, empresas de capitalização média e entidades de natureza pública.

### • LINHAS DE CRÉDITO PRODER E PROMAR

Destinadas a apoiar projetos de investimento no setor primário, com valor superior a 5 mil euros, aprovados no âmbito do PRODER e/ou do PROMAR e desde que financiados pelo Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas.

### • LINHA DE CRÉDITO DE CURTO PRAZO

Destinada a apoiar a agricultura, silvicultura e pecuária, e linha de Crédito de Apoio ao Setor das Pescas 2014.

### • LINHA FINICIA EIXO II

Linha de apoio às micro, pequenas e médias empresas, empresários em nome individual (com menos de quatro anos de atividade).



Em 2014, foi ainda criada a solução “Montepio PME LÍDER”, destinada a empresas que tenham Estatuto de PME Líder atribuído pelo IAPMEI ou pelo Turismo de Portugal, através do Montepio. As empresas que se enquadrem neste estatuto usufruem de condições preferenciais em produtos e serviços, com isenção de comissões entre muitas outras vantagens.

#### **SOLUÇÕES DE APOIO ECONOMIA DO MAR**

A CEMG continuou, também, a apostar no apoio à economia do mar, em linha com o entendimento de que com empresas mais competitivas a economia do mar ganha um novo potencial e o país um horizonte ainda mais promissor. Tendo em vista o apoio ao negócio e o desenvolvimento de sinergias orientadas para a promoção de uma estratégia comum e integrada das atividades relacionadas com a economia do mar, o Montepio disponibilizou a oferta “Montepio Mar”, suportada na estratégia nacional para o mar. Trata-se de uma solução integrada para empresas que desenvolvem o seu negócio nos setores de atividade relacionados com as atividades marítimas, nomeadamente com o transporte marítimo.

#### **SOLUÇÕES DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO**

Foi mantido o apoio ao empreendedorismo, reconhecido como aspeto chave no dinamismo económico, nos níveis de eficiência, inovação e produtividade e na criação de emprego na economia.

Em 2014, foi celebrado um protocolo de colaboração, com a designação de Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego – IEFP, entre o Montepio, o Instituto do Emprego e Formação Profissional, IP (IEFP), a Garval, Lisgarante, Norgarante e Agrogarante - Sociedades de Garantia Mútua.

O objetivo deste protocolo é facilitar a criação da própria empresa/posto de trabalho aos desempregados, jovens à procura do primeiro emprego e trabalhadores independentes com baixos rendimentos, através de empréstimos bancários com bonificações. Em 2014, totalizou um montante de crédito concedido superior a 4 milhões de euros.

## O MONTEPIO APOIOU O FÓRUM DO MAR.

NA LIGAÇÃO DOS VALORES DA MARCA À ECONOMIA DO MAR, O MONTEPIO APOIOU, EM 2014, PELO SEGUNDO ANO CONSECUTIVO, O FÓRUM DO MAR, REALIZADO NA EXPONOR.

O Fórum do Mar, destina-se a empresas e outras instituições vocacionadas para os assuntos ligados à economia do mar nas mais diversas vertentes - encontros de negócio, exposição/ /mostra de produtos, serviços e tecnologias com aplicação ao mar, conferências internacionais e *workshops* sobre internacionalização e desenvolvimento da economia do mar. O Montepio aproveitou a presença no fórum para assinar um protocolo com a ANOPCERCO - - Associação Nacional das Organizações de Produtores da Pesca do Cerclo, que representa dez associações, de norte a sul do país.

### MICROCRÉDITO MONTEPIO

As operações de Microcrédito na Direção de Novos Negócios são desenvolvidas desde 2011, no âmbito do Protocolo de Cooperação entre a Fundação Montepio Geral, a Associação Mutualista, a CEMG e a EAPN - Rede Europeia Anti Pobreza. Em 2012 celebrou-se o protocolo com a SCML – Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, seguindo-se outras parcerias com entidades estratégicas como o IEFP, C.M. Lisboa, Governo Regional dos Açores, Ordem dos Psicólogos, INATEL, etc. e entidades da Economia Social, que operando no terreno conhecem os empreendedores na primeira pessoa. Referimo-nos a Gabinetes de Inserção Profissional, CLDS – Contrato Local de Desenvolvimento Social, Juntas de Freguesia, Clubes de Emprego, Incubadoras, Universidades e Escolas Profissionais, etc. A operação com a EAPN tem características únicas e distintivas face à oferta atual de apoio ao empreendedorismo, ao conjugar valências de sociologia com a componente de análise económico-financeira do projeto: os promotores são sinalizados pelos parceiros operantes no terreno, que conhecem profundamente a realidade que trabalham no âmbito da sua ação social. Encaminham potenciais empreendedores para entrevistas, que são triados pela EAPN através de uma entrevista semiestruturada, realizada por sociólogos – técnicos do Departamento de Investigação e Projetos, com o objetivo de levantar o perfil social do promotor. Avaliada a “robustez emocional” do promotor, parte-se para a entrevista de apreciação da ideia de negócio. A avaliação do *business plan* é complementada por um órgão independente (DAC – Direção de Análise de Crédito) e o Gestor de Microcrédito dá o seu parecer, que é uma componente da decisão de crédito. Em caso de necessidade, o programa prevê a atribuição de um Tutor de Proximidade ao promotor, uma figura bancária que, em Voluntariado, fornecerá *coaching* ou *mentoring* no domínio do negócio.

Em Lisboa, a parceria com a Câmara Municipal apresenta vantagens interessantes para os empreendedores, através do programa Lisboa Empreende, trabalhando diretamente com técnicos da Câmara Municipal projetos de desenvolvimento local, onde todo o processo de gestão de espaços para arrendamento, licenciamento de obras e atividade são simplificados pois são reduzidos os interlocutores.

O protocolo com o BIS – Banco de Inovação Social promove a criação de empresas sociais, inovação de impacto social, experimentação social de base científica e aplicação prática, através da criação de uma dinâmica na sociedade civil recorrendo ao voluntariado de competências.



168  
CLIENTES

3  
CARTEIRAS  
DE NEGÓCIO



3 223m€  
VOLUME  
DE NEGÓCIO

198  
POSTOS  
DE TRABALHO  
CRIADOS

Os empreendedores são acompanhados por três carteiras de negócio, totalizando 168 clientes, num volume de negócio de 3 223 m€, nos quais 565 m€ são recursos e 2 658 m€ são crédito. As carteiras estão divididas geograficamente por Lisboa, Santarém e Porto, garantindo uma cobertura especializada para a Região de Lisboa, Região Centro e Região Norte.

A carteira da Região de Lisboa totaliza um montante de Microcrédito de 1 164 m€ distribuídos por 61 operações, geradoras de 89 empregos diretos. Há três operações em incumprimento num total de 8,8 m€ de capital vencido. A carteira de Santarém tem seis operações domiciliadas, com 103 m€ em carteira, com um valor médio por operação de 17,2 m€, tendo gerado cinco postos de trabalho diretos. Não regista incumprimento recorrente.

A carteira do Norte agrupa um montante de Microcrédito (empresas) de 1 390 m€ distribuídos por 72 operações, geradoras de 91 postos de trabalho. Já foram liquidadas quatro operações no Norte e seis operações registam incumprimento, com 8,5 m€ de capital vencido.

#### OFERTA MONTEPIO TAKE OFF

A solução Montepio *Take Off* traduz uma oferta alargada, constituída por produtos e serviços dirigidos a empreendedores e *startups*, incluindo os que desenvolvem o seu negócio numa das incubadoras parceiras do Montepio, nomeadamente a *Startup* de Lisboa, *Cross Innovation*, *Tondela+10*, *Village Underground* e *Wanted Business Ideas*.

#### BANCA PARA A ECONOMIA SOCIAL

A CEMG deu continuidade, em 2014, ao reforço do seu posicionamento como instituição financeira de referência da Economia Social e parceiro estratégico das entidades que nela operam, reconhecendo o seu papel no desenvolvimento de políticas sociais e enquanto promotoras da sustentabilidade das regiões. Neste sentido disponibiliza soluções de apoio às necessidades financeiras deste setor.

Através da área especializada de Relações Institucionais com o Terceiro Setor (RITS) da CEMG, foram implementados programas de *funding* para este segmento, que passam não só pela cooperação entre o setor financeiro, entidades da economia social e o setor público, como por esquemas integrados de apoio, programas de capacitação da economia social e promoção de parcerias público-sociais entre os setores, assentes numa lógica de confiança, estabilidade e coresponsabilização.

#### PARCERIAS COM AS ESTRUTURAS REPRESENTATIVAS DA ECONOMIA SOCIAL

A CEMG, atenta às preocupações e necessidades específicas das entidades da Economia Social, procura ter uma relação estreita com as organizações de cúpula da Economia Social através de protocolos que diversificam a oferta e estabelecem condições preferenciais.

São exemplo os protocolos celebrados com a UMP – União das Misericórdias Portuguesas, CNIS – – Confederação Nacional das Instituições de Solidariedade e CPCCRD – Confederação Portuguesa das Colectividades de Cultura Recreio e Desporto, através dos quais são disponibilizados produtos de gestão de tesouraria e financiamento.

#### SOLUÇÕES MONTEPIO SETOR SOCIAL

A Solução Montepio Terceiro Setor é a resposta ajustada ao dia a dia das organizações do setor social, permitindo a otimização da gestão automática da tesouraria, acesso a cartões, Serviço Montepio24 Empresas e transferências gratuitas, entre outras vantagens.

#### O MONTEPIO É A ÚNICA INSTITUIÇÃO DE CRÉDITO COM EQUIPAS COMERCIAIS EXCLUSIVAS PARA A ECONOMIA SOCIAL.

A CEMG DESDE 2009 QUE INCORPOROU NA SUA ESTRUTURA ORGÂNICA UMA EQUIPA COMERCIAL PARA O SETOR SOCIAL, gestores de cliente dedicados exclusivamente ao acompanhamento comercial das entidades da economia social, com formação pós-graduada na área da economia social, atentos à legislação aplicável e conhecimento das especificidades destas entidades, que permitem enquadrar a oferta de produtos e serviços da CEMG às necessidades das organizações, melhorando a qualidade do serviço e otimizando a gestão das organizações.

### SOLUÇÕES DE APOIO AO INVESTIMENTO

A CEMG no seguimento da sua estratégia de apoio às entidades que integram este setor, disponibiliza várias Linhas de Crédito Protocoladas com as mais diversas entidades.

Em 2014, a Linha de Crédito Social Investe constitui-se como um dos mecanismos de financiamento utilizado de forma recorrente pelas instituições do setor social, através do protocolo com o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP), a Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES) e as sociedades de garantia mútua. Destina-se ao financiamento do investimento no reforço da atividade em áreas existentes ou em novas áreas de intervenção; à modernização da gestão e reforço da tesouraria e dos serviços prestados às comunidades.

### SOLUÇÕES PARA MODERNIZAÇÃO DA FROTA AUTOMÓVEL

Consciente que as Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS) assumem um papel cada vez mais relevante na sociedade, o Montepio lançou um Leasing Auto, em parceria com a Renault, com condições financeiras vantajosas para que estas instituições possam renovar ou aumentar a sua frota automóvel.

## PRODUTOS E SERVIÇOS COM IMPACTE POSITIVO NO AMBIENTE

A CEMG, atenta às questões ambientais e à economia de recursos energéticos, disponibiliza soluções com benefício ambiental aos seus clientes empresa e outras entidades coletivas, nomeadamente IPSS. Desta forma está a envolver a comunidade de clientes no contributo para o desenvolvimento sustentável baseado em energias renováveis e na redução do efeito de estufa.

### CRÉDITO ENERGIAS RENOVÁVEIS

A CEMG disponibiliza a Linha de Crédito Energias Renováveis e Eficiência Energética, empréstimo de médio ou longo prazo destinado a financiar investimentos em soluções de eficiência energética, microprodução ou miniprodução de eletricidade.

Esta linha de crédito de médio e longo prazo contempla uma parceria celebrada com a YUNIT e que permite disponibilizar soluções de investimento chave-na-mão na área das energias renováveis. Além disso, permite à empresa reduzir a sua fatura energética e/ou usufruir dos regimes bonificados de venda de eletricidade à rede elétrica de serviço público, previstos na miniprodução e microprodução de energia. Com esta linha, os clientes além de beneficiarem do apoio de um parceiro especialista na implementação dos

### SOLUÇÕES TIC DE APOIO À MELHORIA

#### E COMPETITIVIDADE

O Montepio, em parceria com a F3M Information Systems, disponibilizou uma linha específica para aquisição de software e soluções informáticas, com condições de financiamento vantajosas, destinadas a apoiar a modernização das instituições da economia social.

### SOLUÇÕES DE APOIO À PROTEÇÃO AO VOLUNTARIADO

O voluntariado constitui uma forma de exercício da cidadania, expresso numa participação solidária, de grande impacto social e com uma dimensão económica na sociedade portuguesa de expressão cada vez maior. O Montepio e a Lusitânia, conscientes dos riscos inerentes às atividades de voluntariado, desenvolveram um novo seguro de proteção dirigido a todas as instituições que contam com a colaboração de voluntários, membros do CNPV - Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado - nomeadamente as IPSS e as associações e coletividades, designado Seguro de Voluntariado, que cobre os riscos inerentes às atividades de voluntariado.

projetos de investimento, podem usufruir da possibilidade do reembolso do empréstimo ficar mais suave com a poupança de energia obtida.

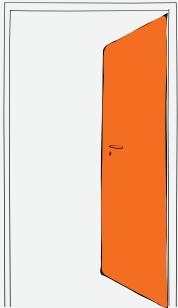
### MONTEPIO MOBILIDADE ELÉTRICA AUTO

A CEMG disponibilizou a campanha Montepio Mobilidade Elétrica Auto, em parceria com a Renault Portugal, Montepio Crédito e Lusitânia, destinada a aquisição de veículos elétricos, permitindo aos clientes empresa contribuir para a redução da emissão de gases poluentes e dos custos associados à manutenção da frota automóvel e, ao mesmo tempo, usufruir de vantagens fiscais.



# 06.

Responder às necessidades de protecção social e financeiras dos associados



HOJE, COMO  
HÁ 175 ÁNOS,  
garantimos  
o futuro  
PROTEGENDO  
O PRESENTE



## RESPOSTER ÀS NECESSIDADES DE PROTEÇÃO SOCIAL E FINANCEIRAS DOS ASSOCIADOS

### FUNCTIONAMENTO DA ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

A AM tem por missão e finalidade desenvolver ações de proteção social, designadamente nas áreas da segurança social e da saúde, e promover a cultura e a melhoria da qualidade de vida dos seus associados e familiares, e beneficiários por aqueles designados. A concretização destes fins materializa-se através da oferta de modalidades individuais e coletivas, da organização e gestão de equipamentos sociais, serviços, obras sociais e outras formas de proteção social, bem como do desenvolvimento de atividades que visem contribuir para proporcionar benefícios de segurança social, prevenir ou colmatar contingências na vida e saúde dos associados.

Ao longo de 2014, apesar de uma conjuntura socioeconómica difícil, o movimento associativo revelou um comportamento positivo, registando-se um crescimento de 8,8% no número de associados. A evolução da estrutura etária esteve alinhada com a tendência demográfica, salientando-se o reforço do número de associados com mais de 40 anos. Entre 2013 e 2014, a idade média dos associados aumentou dos 39 anos para os 40 anos.

#### N.º ASSOCIADOS POR FAIXA ETÁRIA



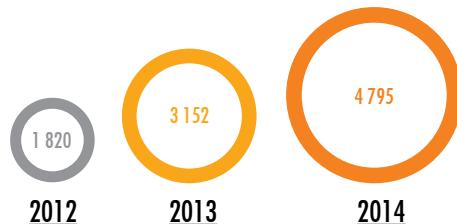
No quadro da sua missão de satisfação das necessidades financeiras, previdenciais e de proteção dos associados, a AM deu continuidade, em 2014, à promoção da oferta de modalidades para constituição de poupanças com finalidades de proteção e de previdência complementar e ao aprofundamento do relacionamento com os seus associados e familiares.

## AÇÕES DE DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA

Em 2014, a AM realizou no total 159 atividades de dinamização associativa de cariz lúdico, cultural e formativo, totalizando 4 795 participantes (um aumento de 66% face ao ano anterior), que reflete não só a fidelização dos associados como a captação de novos participantes.

A AM disponibiliza mensalmente uma agenda com iniciativas para os seus associados. Em 2014, aquelas onde houve maior participação foram as seguintes:

N.º PARTICIPANTES NAS ATIVIDADES DE DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA



INICIATIVAS DE DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA	PARTICIPANTES	LOCAL
Passeios com História com o Dr. Joel Cleto	452	Porto
Rota dos Faróis da Costa Portuguesa	269	Portugal Continental
O Percurso da Via Algarviana	251	Algarve
Curso de Iniciação à Internet Sénior	158	Portugal Continental
Palácio de Belém	140	Lisboa

## DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA DIRECIONADA

### A CRIANÇAS E JOVENS – CLUBE PELICAS

O Clube Pelicas é um projeto de dinamização associativa dirigido aos associados dos 0 aos 13 anos de idade que engloba várias vertentes de atuação. No ano de 2014, verificou-se um aumento de 3,7% no número de associados.

Em 2014, procedeu-se à mudança de imagem do clube Pelicas e dos seus veículos de contato com os associados, nomeadamente o site e a revista, de modo a responder de forma mais adequada às expectativas do segmento alvo. O projeto “Pelicas vai à Escola”, que tem sido bastante dinamizado junto do público-alvo do Clube, visa dar a conhecer aos mais jovens os valores mutualistas da solidariedade, entreajuda, não discriminação e a poupança como forma de previdência e prevenção de riscos futuros.

Em 2014, a AM estabeleceu uma parceria com a APCOI – – Associação Portuguesa contra a Obesidade Infantil que permitiu a criação de um projeto conjunto, de divulgação do Clube Pelicas e da importância de uma alimentação saudável, junto da comunidade escolar com idades até os 10 anos e que abrangeu, em 2014, cerca de 800 crianças de várias regiões do país.



**PELICAS**

MAIS INFO EM...  
[clubepelicas.pt](http://clubepelicas.pt)

## PROJETO REDEMUT

O Montepio integra a RedeMut - Associação Portuguesa de Mutualidades, projeto que nasceu por iniciativa de um conjunto de associações mutualistas portuguesas que decidiram unir esforços em torno do objetivo comum de prestar serviços de saúde aos seus membros, mas também de garantir que, independentemente da associação a que pertençam ou do local onde vivam, trabalhem ou se encontrem, todos os associados podem usufruir dos serviços e cuidados prestados por todas as mutualidades.

Com este projeto reforça-se a proteção social garantida a todos os associados, num esforço de entreajuda orientado para uma vida melhor, e garante-se a prestação de cuidados de saúde primários, diferenciados e continuados, além de serviços de apoio domiciliário e ação social.

Em complemento aos serviços médicos prestados durante o dia nas clínicas das associações aderentes, a RedeMut lançou, em 2014, o Serviço de Assistência Médica Domiciliária Noturna, de cobertura nacional, assegurado pelas Residências Montepio - Serviços de Saúde SA.

A AM continuou a prestar apoio técnico e humano ao desenvolvimento da RedeMut, nomeadamente, assegurando o processo de emissão do respetivo cartão de identificação, tendo sido emitidos durante o ano cerca de 506 000 cartões, dos quais 408 000 para associados da AM.



No contexto das comemorações do Dia Nacional do Mutualismo, a RedeMut organizou, com a colaboração da AM, no dia 25 de outubro, no Espaço *atmosfera m* do Porto, a palestra sobre o tema "Eficiência nos Sistemas Complementares de Saúde".

## ATMOSFERA M

O espaço "atmosfera m", no Porto, abriu ao público em março de 2014, vindo ajudar a cumprir a missão mutualista da AM e concretizando a disponibilização de "espaços de cidadania" nos quais são realizadas iniciativas orientadas para o pensamento, a reflexão, a aprendizagem, as artes, a cultura, a solidariedade e a intervenção cívica. Em 2014, registou-se a participação de cerca de 9 mil pessoas nas várias iniciativas desenvolvidas no espaço, destacando-se, entre os eventos abertos ao público, maior participação nas Tertúlias da Sociedade Civil, evento com frequência semanal, e nas exposições com temáticas mensais.

O espaço foi igualmente utilizado pelo universo de colaboradores do Montepio para reuniões e formações.

Em setembro de 2014, em parceria com a RUTIS - - Associação Rede de Universidades da Terceira Idade, começou a funcionar, neste espaço, a Academia Intergeracional, que já tem 80 inscrições.

Em fevereiro de 2015, no arranque das celebrações dos 175 anos da AM foi inaugurado o espaço "atmosfera m" de Lisboa.



MAIS INFO EM...  
[montepio.org](http://montepio.org)

## DIFUSÃO DA ATIVIDADE MUTUALISTA

Em 2014, a AM levou a cabo um conjunto de iniciativas regulares de difusão da atividade mutualista, além da participação numa série de eventos, entre elas:

- Elaboração da 6.ª edição do Inquérito à Satisfação dos Associados, com uma amostra estratificada de um universo de 350 463 associados, para avaliar o nível de satisfação global, por pontos de contato, modalidades e outros serviços;
- Realização do Inquérito à Perceção do Mutualismo entre 3 782 colaboradores do Montepio, para aferir o grau de conhecimento imediato sobre o mutualismo e a identificação de necessidades de formação;
- Constituição de uma base de dados com Indicadores e Estudos Sociais e Mutualistas;
- Publicação semanal do boletim informativo e formativo "INFO Social e Mutualista" para todos os colaboradores do Montepio;
- Realização de análise de viabilidade técnica e operacional de Estudos sobre Saúde e Bem-Estar a promover junto de associados do Montepio e em cooperação com centros de investigação universitários e outros parceiros institucionais;
- Apoio à realização do 1.º Encontro de Colaboradores Montepio envolvidos em programas de pós-graduação em economia social, para criação de um grupo permanente e de reflexão e ação, dinamizador da economia social, dentro e fora do Montepio.

## O MONTEPIO TEM UM GABINETE DE ESTUDOS SOCIAIS E MUTUALISTAS.

NO INÍCIO DE 2014, ENTROU EM FUNCIONAMENTO O GABINETE DE ESTUDOS SOCIAIS E MUTUALISTAS DO MONTEPIO, TENDO COMO MISSÃO REALIZAR E DIVULGAR ESTUDOS QUE CONTRIBUAM PARA O CONHECIMENTO DA REALIDADE SOCIAL, e sobre temas relacionados como associativismo, proteção social, mutualismo e economia social, bem como promover a cooperação com organizações nacionais e internacionais no âmbito da investigação e debate daqueles temas.

## DESENVOLVIMENTO DA OFERTA MUTUALISTA

## MODALIDADES

Prosseguindo a sua política de satisfação das necessidades dos associados, alargando a base associativa e aprofundando o relacionamento, a AM continuou, em 2014, a divulgar e a promover a sua oferta de modalidades.

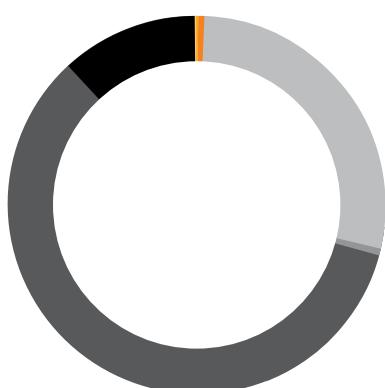
Assim, no que diz respeito às modalidades de poupança, que permitem aos associados constituir e valorizar as suas poupanças, foram emitidas 12 séries da modalidade Montepio Capital Certo, a 5 anos e 1 dia, que permitiram captar um montante global de cerca de 560,8 milhões de euros.

Em relação às modalidades de proteção, que permitem aos associados a cobertura financeira dos riscos de morte, invalidez ou velhice, foram efetuadas ao longo do ano diversas ações de divulgação da sua colocação e dinamização junto das redes de distribuição.

À semelhança de 2013, efetuou-se em 2014 uma campanha de divulgação e promoção da modalidade Montepio Poupança Complementar, dirigida à captação e fidelização de Associados menores de idade sob o nome “Montepio Poupança Complementar Jovem”.

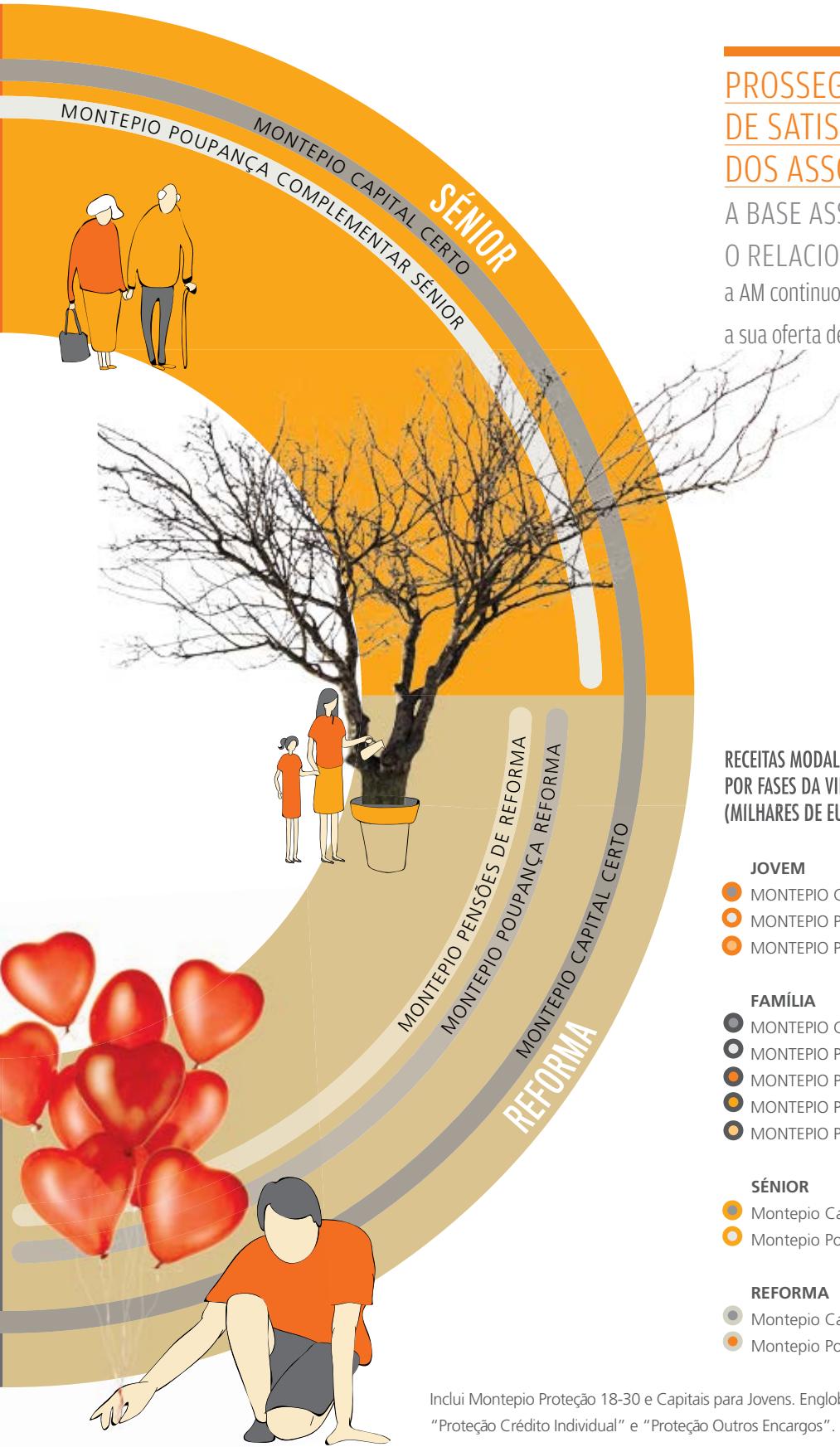


## ESTRUTURA DAS RECEITAS ASSOCIATIVAS 2014 / 2013



1,1% / 1,1%	Benefícios Solidariedade Associativa
27,8% / 21,5%	Montepio Poupança Complementar
0,6% / 0,5%	Montepio Poupança Reforma
58,3% / 65,8%	Montepio Capital Certo
12% / 10,9%	Outras Modalidades
0,1% / 0,1%	Modalidades Coletivas
0,1% / 0,1%	Cap. Transf. p/Pensões e Rendas





**PROSSEGUINDO A SUA POLÍTICA  
DE SATISFAÇÃO DAS NECESSIDADES  
DOS ASSOCIADOS, ALARGANDO  
A BASE ASSOCIATIVA E APROFUNDANDO  
O RELACIONAMENTO,**  
a AM continuou, em 2014, a divulgar e promover  
a sua oferta de modalidades

**RECEITAS MODALIDADES INDIVIDUAIS  
POR FASES DA VIDA  
(MILHARES DE EUROS/VARIAÇÃO % 2013)**

**JOVEM**

MONTEPIO CAPITAL CERTO	560 848	/ -2,6
MONTEPIO POUPANÇA COMPLEMENTAR	267 93	/ 42,7
MONTEPIO PROTEÇÃO 18-30	7 119	/ -0,4

**FAMÍLIA**

MONTEPIO CAPITAL CERTO	560 848	/ -2,6
MONTEPIO POUPANÇA COMPLEMENTAR	267 930	/ 42,7
MONTEPIO PROTEÇÃO 5 EM 5	61 902	/ 52,1
MONTEPIO PROTEÇÃO DE ENCARGOS	22 188	/ -3,0
MONTEPIO PROTEÇÃO VIDA	21 708	/ -2,9

**SÉNIOR**

Montepio Capital Certo	560 848	/ -2,6
Montepio Poupança Complementar	267 930	/ 42,7

**REFORMA**

Montepio Capital Certo	560 848	/ -2,6
Montepio Poupança Reforma	6 279	/ 37,1

Inclui Montepio Proteção 18-30 e Capitais para Jovens. Engloba as modalidades "Proteção Crédito à Habitação", "Proteção Crédito Individual" e "Proteção Outros Encargos". I.E. Capitais Previdência diferidos com opção

### BENEFÍCIOS COMPLEMENTARES DE OFERTA

Os associados da AM beneficiam de condições e soluções especiais nos produtos e serviços disponibilizados pelas empresas que constituem o Grupo Montepio, nomeadamente:

- No crédito à habitação e crédito individual;
- Majoração da taxa de juro na Conta Montepio 24;
- Diferenciação de preçário na anuidade dos cartões de crédito, isenção de comissões de manutenção nas contas à ordem para associados que sejam primeiro titular, e noutras soluções Montepio;
- Condições preferenciais nos seguros comercializados através da rede de balcões da Caixa Económica;
- Acesso a serviços e condições exclusivas nos imóveis Montepio.

### Evolução das Receitas Associativas - Quotizações e Capitais por Modalidade (Milhares de Euros)

MODALIDADES	2013	2014	VARIAÇÃO	
	VALOR	VALOR	VALOR	%
<b>BENEFÍCIOS DE SOLIDARIEDADE ASSOCIATIVA</b>	9 516	10 759	1 244	13,1
<b>MODALIDADES INDIVIDUAIS</b>		950 641	86 500	10,0
Montepio Poupança Complementar	18 702	267 930	80 128	42,7
Montepio Poupança Reforma	4 580	6 279	1 699	37,1
Montepio Capital Certo		560 848	-14 895	-2,6
Outras Modalidades	96 015	115 584	19 569	20,4
Montepio Proteção 5 em 5	40 698	61 902	21 204	52,1
Montepio Encargos <sup>(1)</sup>	22 976	22 188	-788	-3,0
Capitais Previdência Diferidos c/ Opção	22 351	21 708	-643	-2,9
Montepio Proteção 18-30	5 302	5 463	161	3,0
Capitais para Jovens	1 847	1 656	-191	-10,3
Montepio Pensões de Reforma	1 238	1 046	-192	-15,5
<b>MODALIDADES COLECTIVAS</b>	360	1 196	836	232,3
<b>CAPITAIS TRANSFERIDOS P/PENSÕES E RENDAS</b>	1 053	0	-1 053	-100,0
<b>TOTAL</b>		<b>962 596</b>	<b>87 528</b>	<b>10,0</b>

Excluem-se os capitais recebidos de Rendas Vitalícias e de Rendas Temporárias, uma vez que não são consideradas modalidades associativas.

<sup>(1)</sup> Engloba as Modalidades "Proteção Crédito à Habitação", "Proteção Crédito Individual" e "Proteção Outros Encargos".

## PARCERIAS

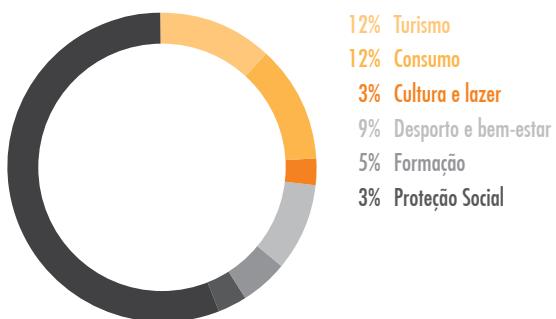
No âmbito dos benefícios complementares para associados a AM, em 2014, prosseguiu com a política de celebração de parcerias, tendo sido assinados 100 novos acordos abrangendo entidades a nível nacional e local.

Estes benefícios visam proporcionar condições preferenciais para os associados no acesso aos serviços ou na aquisição de produtos comercializados pelas entidades parceiras e o objetivo tem sido o de promover a celebração de acordos

com entidades cujo prestígio e benefício gerado sejam relevantes para a satisfação das necessidades dos associados, nomeadamente nas áreas que promovam a sua qualidade de vida.

Em 2014, continuou a privilegiar a área da saúde por se tratar de um setor cada vez mais importante no quotidiano dos associados e por ser consentâneo com a missão mutualista da instituição.

### N.º TOTAL DE ACORDOS POR ÁREAS - 2014



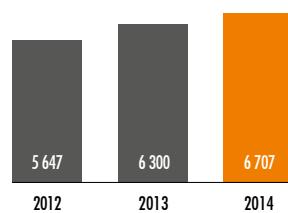
1 139  
TOTAL DE ACORDOS CELEBRADOS

100 | 56%  
NOVAS PARCERIAS NO SETOR DA SAÚDE

### CARTÕES REPSOL - POUPANÇA PARA ASSOCIADOS (EM MILHÕES DE EUROS)

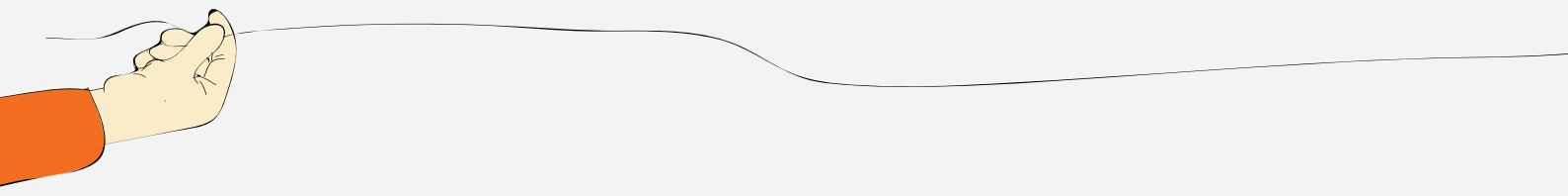
A parceria estratégica da AM com a Repsol mantém a progressão no número de utilizadores e no consumo efetuado com os cartões Montepio Repsol, permitindo, aos associados efetivos, maiores de 18 anos, beneficiar de um desconto de 6 céntimos por litro de combustível na rede de estações de serviço aderentes.

Em 2014 foram emitidos 44 746 cartões Montepio Repsol, tendo o montante do benefício acumulado, para os seus utilizadores, ascendido a 6,7 milhões de euros. O benefício total acumulado desde o início da parceria, em outubro de 2009 até dezembro de 2014, já permitiu que os associados utilizadores do cartão Montepio Repsol poupassem mais de 26,6 milhões de euros na aquisição de combustíveis.

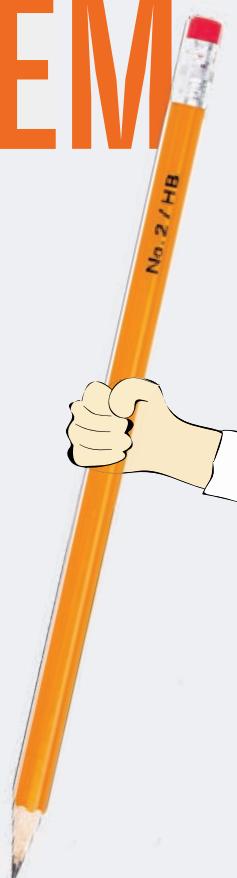
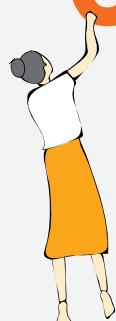


# 07.

Garantir a qualidade de serviço e a satisfação dos clientes



ESTAMOS  
COM QUEM  
ESTÁ COM O PAÍS,  
COM QUEM  
NÃO BAIXA  
OS BRAÇOS



Rui Bernardes Serra  
Economista Chefe do Montepio

## GARANTIR A QUALIDADE DE SERVIÇO E A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

### GESTÃO DA MARCA E DA REPUTAÇÃO

A CEMG continuou a conquistar notoriedade e a reforçar o reconhecimento dos seus clientes, tendo obtido diversas distinções em 2014.

### Empresa Líder no Setor da Banca 2014

A CEMG alcançou a liderança no setor bancário relativamente ao *European Consumer Satisfaction Index* 2014, um estudo quantitativo de acordo com a metodologia europeia e que tem como objetivo estudar e comparar organizações do mesmo setor de atividade com outras organizações de outros setores sobre a componente satisfação. O estudo avalia a imagem, expectativas, qualidade apercebida, qualidade do atendimento, qualidade do serviço do banco, valor apercebido, satisfação e recomendações.

A CEMG alcançou um índice de satisfação de 7,82 (escala de 1 a 10), acima da média do setor bancário nacional. De acordo com o estudo, a Caixa Económica Montepio Geral é líder nos indicadores "Imagen" e "Lealdade", confirmado assim, o reconhecimento quanto à apostila da instituição na qualidade dos serviços prestados e no rigor e competência das equipas. O estudo também destacou a Caixa Económica Montepio Geral nos indicadores: "Banco de confiança no que diz e faz", "Inovação", "Clareza na informação fornecida", "Cumprimento dos prazos estabelecidos" e "Adequação de propostas à situação do cliente.

índice  
de satisfação

7,82 ECSI



### Serviço 5 Estrelas 2015

O serviço Net 24 Particulares (a plataforma através da qual os clientes realizam operações, consultam e gerem as suas contas online em qualquer lugar, a qualquer momento) foi distinguido com a certificação "Cinco Estrelas", após uma avaliação rigorosa e completa assegurada por utilizadores e profissionais da área da qualidade.

Foram avaliadas as áreas de satisfação pela experimentação, preço/qualidade, intenção recomendação, confiança na marca e inovação. As três áreas destacadas por quem recorre a este serviço no seu dia-a-dia foram a excelência do serviço, inovação e nível de satisfação.



### QUALIDADE DO SERVIÇO

A qualidade do serviço prestado e uma atuação transparente, rigorosa e competente têm contribuído para que a CEMG reforce cada vez mais a sua base de clientes, os quais dispõem de uma oferta transversal e integrada de produtos e serviços, advogando a favor da marca e contribuindo para a consolidação do seu posicionamento.

No sentido de garantir a evolução da marca, a CEMG realiza inquéritos de satisfação de clientes e assegura o tratamento das reclamações de forma a melhorar a qualidade do seu serviço.

### INQUÉRITOS DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES

A CEMG realiza, com uma periodicidade semestral, inquéritos de satisfação de clientes. Nestes inquéritos são avaliados 4 aspetos: qualidade do atendimento, qualidade no processo, percepção do Montepio face à concorrência e fidelização.

Em 2014, mais de metade dos clientes mostraram-se totalmente satisfeitos com os serviços prestados e praticamente a totalidade recomenda a CEMG.



### PRINCIPAIS RESULTADOS DOS INQUÉRITOS REALIZADOS EM 2014

#### Qualidade no Atendimento

A SIMPATIA FOI A CARACTERÍSTICA MAIS VALORIZADA PELOS CLIENTES

#### Fidelização

98% PRETENDEM MANTER OU AUMENTAR A SUA RELAÇÃO COM A CEMG

#### Qualidade do Processo

O CUMPRIMENTO DAS INSTRUÇÕES DADAS FOI A CARACTERÍSTICA MAIS VALORIZADA PELOS CLIENTES

#### Percepção face à Concorrência

96% DOS CLIENTES RECOMENDA A CEMG  
54% CONSIDERA QUE MELHOR QUE A CONCORRÊNCIA

## TRATAMENTO DAS RECLAMAÇÕES DOS CLIENTES

O Gabinete de Procuradoria do Cliente (hoje Gabinete de Provedoria do Cliente) tem como missão propor e implementar a política de tratamento e gestão de reclamações por parte dos clientes, associados e utentes, centralizando, registando e promovendo a análise e tratamento das reclamações, e a respetiva resposta junto do reclamante e entidades de supervisão (Banco de Portugal, Comissão do Mercado de Valores Mobiliários, entre outras). De forma a que o processo de reclamação seja claro, a CEMG disponibiliza no seu site a Política de Tratamento e Gestão das Reclamações.

MAIS INFO EM...

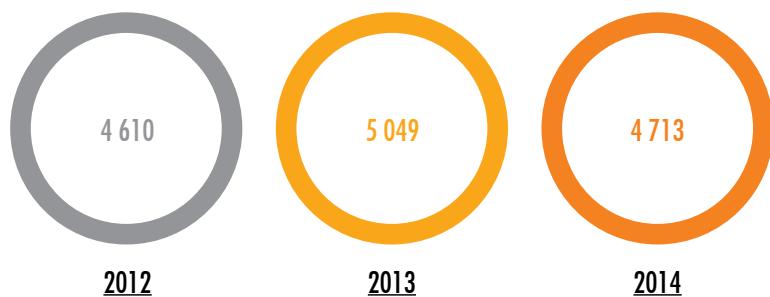
[montepio.pt/SitePublico/pt\\_PT/institucional/politica-tratamento-gestao-reclamacoes.page?altcode=PTGR/](http://montepio.pt/SitePublico/pt_PT/institucional/politica-tratamento-gestao-reclamacoes.page?altcode=PTGR/)

A CEMG recebe as reclamações pelos diversos meios disponíveis, como carta, mensagem electrónica, telefone, livro de reclamações, formulário disponível no site institucional. Poderão ainda ser recebidas reclamações que foram registadas nas diversas entidades reguladoras.

Desde 2007 que a CEMG possui um sistema de registo informático de Gestão de Reclamações, permitindo a centralização das mesmas e uma maior eficácia do seu tratamento.

No ano 2014, foram registadas 4 713 reclamações, das quais 3 819 são consideradas como novas reclamações e 894 insistências. Por dia útil de trabalho, em média, foram registadas 20 reclamações. Considerando apenas as novas reclamações, o tempo médio de resposta ao reclamante situa-se nos 11 dias de calendário. No entanto, cerca de 58% das reclamações são respondidas em prazo igual ou inferior a 8 dias. Em algumas situações, existe a necessidade da intervenção de entidades externas à CEMG, podendo, neste caso, agravar o tempo de resposta.

## NÚMERO DE RECLAMAÇÕES



**REDUÇÃO DE 6,7%**  
NO TOTAL DE RECLAMAÇÕES RECEBIDAS, FACE A 2013

---

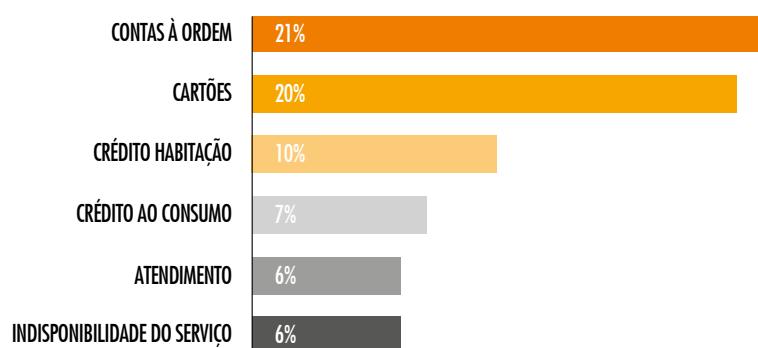
**EM CERCA DE 25%**  
DAS NOVAS RECLAMAÇÕES TRATADAS FOI ATRIBÚIDA  
RAZÃO AO RECLAMANTE

O índice de reclamações, visando a rede comercial, situou-se em 1,61 reclamações por cada 1000 clientes ativos, em 2014, verificando-se uma melhoria face ao ano anterior (índice de 1,96).

De seguida apresentam-se os principais motivos que levaram à reclamação por parte dos clientes em 2014, sendo que cerca de 41% do total das reclamações estão relacionadas com contas à ordem e cartões.

Cada reclamação recebida é encarada como uma oportunidade de melhoria da qualidade do serviço e de eliminação dos problemas que levaram à reclamação. Em 2014, surgiram um total de 20 recomendações, já se encontrando 12 delas implementadas.

#### PRINCIPAIS MOTIVOS QUE LEVARAM À RECLAMAÇÃO



08.

Valorizar os colaboradores



**CRESCEMOS  
COM *as pessoas*  
QUE DÃO  
CORPO À  
NOSSA MISSÃO**

## VALORIZAR OS COLABORADORES

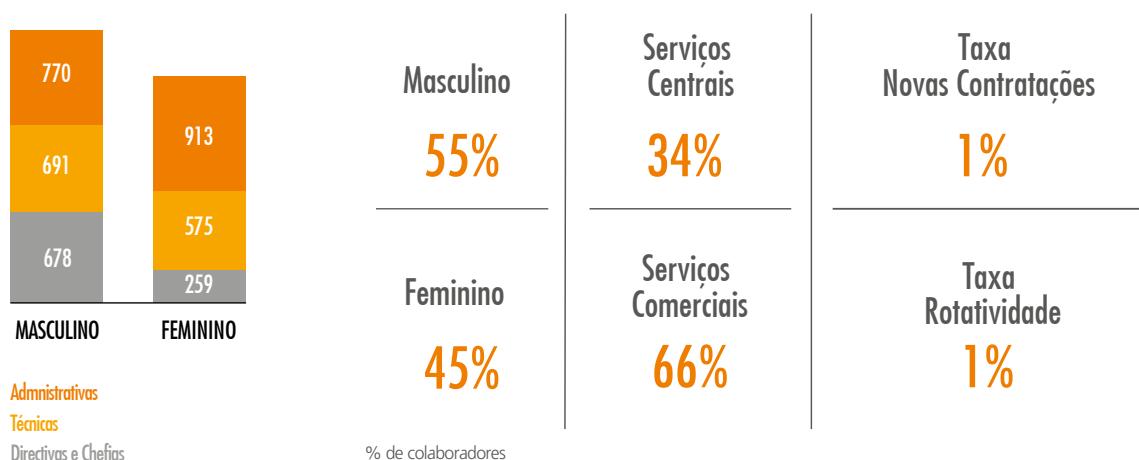
### INSTRUMENTOS DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

A CEMG desenvolve a sua atuação com base em políticas e práticas de recursos humanos promotoras da igualdade de oportunidades e garantia de boas condições de trabalho num ambiente que propicie o desenvolvimento profissional dos seus colaboradores. Neste âmbito, existem alguns instrumentos de gestão, nomeadamente o Sistema de Avaliação de Desempenho, o Plano Anual de Revisão Salarial e de Carreira, o Programa de Formação e disposições regulamentares.

### CARATERIZAÇÃO DA EQUIPA

No final de 2014, a CEMG, no âmbito dos limites do presente relatório, tinha um quadro de pessoal composto por 3 886 colaboradores.

#### COLABORADORES POR GÉNERO E CATEGORIA PROFISSIONAL



	<30	30 a 50	>50
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>3101</b>	<b>680</b>
Diretivas e Chefias	0	669	268
Técnicas	17	1 076	173
Administrativas e outras	88	1 356	239

	GÉNERO		REGIÃO				FAIXA ETÁRIA		
	Mas	Fem	Norte	Centro	Sul	Ilhas	< 30	30 - 50	> 50
Entradas	26	26	2	48	0	2	21	31	0
Saídas	35	12	8	32	6	1	1	29	17

## DESENVOLVIMENTO DO CAPITAL HUMANO

### SISTEMA DE GESTÃO DE DESEMPENHO

No âmbito da gestão de pessoas, a CEMG reconhece que é fundamental estimular, reconhecer e premiar os desempenhos de excelência. O Sistema de Gestão de Desempenho constitui um dos instrumentos de gestão mais eficazes no sentido de promover a partilha dos objetivos estratégicos de negócio, bem como os valores e cultura organizacional, com vista à maximização dos resultados do negócio, criando valor através das pessoas. Os principais objetivos do Sistema de Gestão de Desempenho são:

#### 1 PROMOVER O COMPROMISSO ORGANIZACIONAL

Promover uma cultura de mobilidade, de pertença e de compromisso para com o Montepio

#### 2 PROMOVER A MUDANÇA ORGANIZACIONAL

Promover o compromisso dos colaboradores com os objetivos e valores do Montepio

#### 3 ALINHAR OS RH COM OS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Alinhar os objetivos com a estratégia do Montepio.

Neste contexto, o Sistema de Gestão de Desempenho caracteriza-se por ser um processo conjunto entre a chefia e os seus colaboradores, contribuindo para a prossecução de objetivos alinhados com a estratégia do negócio. O processo de gestão de desempenho traduz-se ainda no acompanhamento e aconselhamento contínuos dos colaboradores, de forma a fomentar o desenvolvimento dos colaboradores e a sua contribuição para os resultados. Mediante análise reflexiva sobre a adequação do modelo ao contexto da gestão de pessoas e do negócio perspetiva-se, a médio prazo, a introdução de ajustamentos.

100% DOS **COLABORADORES** REALIZA, ANUALMENTE, **AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO**

## PLANO ANUAL DE ANÁLISE SALARIAL E DE CARREIRAS

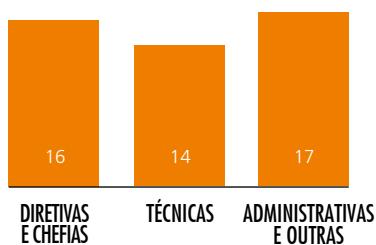
No que se refere às promoções obrigatórias, procede-se em conformidade com o Acordo Coletivo de Trabalho, sendo os colaboradores promovidos automaticamente aos níveis imediatamente superiores, dentro do respetivo Grupo, desde que reúnam as condições de antiguidade em cada Grupo e até aos níveis retributivos limite estabelecidos.

Mantém-se a prática de fazer coincidir as propostas de ajustamentos de carreira e revisões salariais com o processo de promoções obrigatórias. Estas propostas surgem na sequência da avaliação de desempenho, que constitui um momento de reflexão, possibilitando um maior rigor e isenção na análise da performance, individual e de grupo, permitindo comparações com os padrões de comportamento desejáveis e análise do cumprimento dos objetivos. O número total de promoções e ajustamentos de carreira manteve-se estável face a 2013.

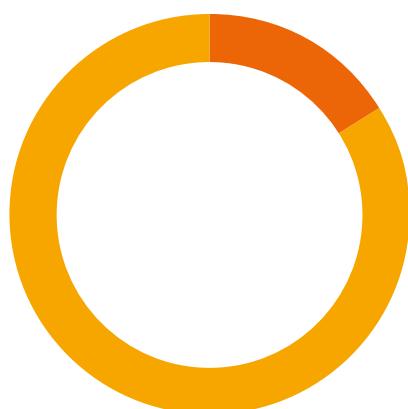
## FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS

Em 2014, as prioridades definidas para o Plano de Formação assentaram em programas orientados para resposta às obrigações legais e regulamentares, para a relação com os clientes e para a diversificação da atividade. A construção de conteúdos *in house* e a formação orientada para a disseminação em cascata (com apoio de materiais pedagógicos) continuou a orientar as opções de escolha das modalidades a utilizar.

### Nº MÉDIO DE HORAS DE FORMAÇÃO POR CATEGORIA PROFISSIONAL



### TIPOS DE FORMAÇÃO



16% e-Learning/b-Learning  
84% Presencial

A CEMG apoiou ainda a qualificação académica de colaboradores, através da atribuição de bolsas de estudo para realização de licenciaturas e cursos de pós-graduação, MBA, mestrado e doutoramento, em áreas como economia, gestão, economia social, finanças, análise financeira e matemáticas.

No âmbito da Segurança e Saúde no Trabalho destaca-se a formação na prevenção de situações de emergência, com a realização de ações de sensibilização em primeiros socorros, combate a incêndios e evacuação de edifícios. Constitui um objetivo da CEMG dotar pelo menos um colaborador por local de trabalho com o *know-how* necessário para uma primeira intervenção em emergência. Com a finalidade de proporcionar aos colaboradores da rede, conhecimentos, técnicas e oportunidades de treino que lhes permita participar com sucesso em processos de negociação com clientes, decorreram em sala ações de Técnicas de Negociação e Venda. A avaliação efetuada pelos participantes destaca a vertente prática das sessões e a forte aplicabilidade dos conteúdos na sua atividade diária.

### PROGRAMA DE ESTÁGIOS

Estreitando a relação com as universidades e contribuindo com iniciativas de apoio à preparação de jovens para a vida ativa, o Programa de Estágios envolveu a concessão de mais de 100 estágios em 2014, distribuídos por estágios profissionais (68%) e curriculares (32%). Os 17 estágios curriculares foram concedidos através de protocolos celebrados com estabelecimentos de ensino secundário e superior, nomeadamente com as universidades de Aveiro e do Algarve, os institutos politécnicos de Cávado e do Ave, Santarém, Beja e o Inetese. Ainda no âmbito dos estágios curriculares, ao abrigo do protocolo existente desde 1991, foram acolhidos 15 alunos do Instituto de Formação Bancária.

### PROJETO DAR

O projeto DAR (Desenvolvimento Ativo e Responsável) assenta na preocupação sentida pela CEMG de adequar às exigências demográficas do mercado de trabalho as suas políticas de apoio social aos colaboradores (no ativo, reformados ou em situação de suspensão da prestação de trabalho). Num contexto pautado pelo aumento da idade média dos seus efetivos e de contenção do Quadro de Pessoal, mas simultaneamente de crescente exigência técnica e social da atividade, a organização procurou desenhar um modelo de intervenção que exige uma estratégia integrada de gestão de recursos humanos para combater o idadismo, conceptualizando esta questão como uma variável do desenvolvimento contínuo da carreira que envolve diversos cenários adequados às necessidades dos stakeholders internos. O projeto assenta basicamente em quatro pilares:

- Pessoal (Programa Promoção para a Saúde, Programa Apoio a Colaboradores Cuidadores e Parcerias várias com entidades internas ou externas ao Montepio);
- Atividade (Formação em Empreendedorismo e Bolsa de Promotores Comerciais);
- Financeiro (Educação Financeira para Colaboradores);
- Comunidade (Participação em ações de Voluntariado).

### O MONTEPIO TEM UM PROGRAMA DE FORMAÇÃO DEDICADO À GESTÃO DO CLIENTE PME.

PROGRAMA REALIZADO EM PARCERIA COM NOVA SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS, DIRIGIDO A GERENTES E GESTORES DE CLIENTES, QUE LIDAM DIARIAMENTE COM AS MICRO E PME. TEM COMO OBJETIVO REFORÇAR A IMPORTÂNCIA DO ACONSELHAMENTO NO PROCESSO COMERCIAL.

O programa foi estruturado em 5 sessões presenciais de um dia e integra um módulo *online* (simulador de Harvard), no qual os participantes são colocados no papel de um gestor de PME, numa simulação em que as suas decisões sobre a gestão de tesouraria terão impacto na *performance* da empresa. Abrangeu temáticas como a gestão das PME, contabilidade financeira e *bank relationship management*. Os participantes relevaram a aplicabilidade dos conhecimentos adquiridos no seu dia a dia de trabalho, nomeadamente nas reuniões com os clientes e na análise e parecer das propostas de crédito.

## BENEFÍCIOS AOS COLABORADORES

A CEMG tem vindo a reforçar a sua política de apoios e benefícios, que visa mitigar o impacto das condicionantes socioeconómicas no orçamento familiar dos seus colaboradores, posicionando-se favoravelmente face às práticas da concorrência. Incluem as seguintes iniciativas:

### SOCIAIS

- Apoio à parentalidade (pagamento de complemento adicional ao subsídio infantil ACT; subsídio apoio familiar; mobilidade / transferências, licenças, horários diferenciados)
- Subsídio de estudo complementar para filhos no 5.º ao 12.º ano de escolaridade e ensino superior
- Apoio psicossocial em situações específicas
- Protocolos e atividades dos Serviços Sociais

### BEM-ESTAR

Adicionais às iniciativas de Saúde no trabalho

- Segurança e saúde no trabalho, com avaliações de saúde periódicas e de risco dos locais de trabalho
- Seguro de Saúde Lusitânia
- Cartão de saúde extensível ao agregado familiar
- Participação em conferências de Segurança e Saúde no Trabalho
- Colaboração com o projeto “Avaliação de Impacto na Saúde de Estratégias do Emprego”, realizado ao abrigo de protocolo celebrado entre o Instituto de Medicina Preventiva da Faculdade de Medicina de Lisboa da Universidade de Lisboa (IMP-FML/UL), o Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge (INSA, IP) e o, então, Alto-Comissariado da Saúde (ACS), 2012-2013
- Descontos Aquashow, desde 2004

### TRABALHO/ESTILO VIDA

- Protocolos MEO/CP
- Outros protocolos (ex: protocolo INATEL)
- Direitos de utilização doméstica Microsoft
- Refeitórios (Lisboa (2), Algés, Alfragide, Porto) geridos pelos Serviços Sociais
- Programas de transportes
- Dias adicionais de férias por antiguidade e de escusa de prestação de trabalho

### COMERCIAIS E FINANCEIROS

Adicionais Protocolo de Colaboradores

- Linha de Crédito exclusiva a colaboradores da CEMG

## DESENVOLVIMENTO

- Reembolso de despesas de educação dos colaboradores (ex.: comparticipação formação pós-graduada, apoio a trabalhadores estudantes)
- Apoio à conclusão de formação superior (estágio ou realização de trabalhos para conclusão de licenciatura, mediante análise casuística e em respeito pelas regras de conduta deontológicas)
- Condições vantajosas em programas específicos de formação pós-graduada (ex: Economia Social, Direito Bancário, Bolsa e Seguros)
- Desenvolvimento de competências pessoais transferíveis (ex: formação para otimismo, educação financeira, gestão de tempo)
- Certificação da Aptidão Pedagógica de Formador
- Recurso privilegiado a recrutamento interno
- Acompanhamento a colaboradores nomeados (em período de estágio para confirmação), admitidos com período experimental e admitidos em regime de contrato a termo certo
- Apoio à constituição e gestão de equipas para o Global Management Challenge, desde 2010
- Acompanhamento de expatriados

## PRÁTICAS DE CONCILIAÇÃO TRABALHO / FAMÍLIA

Muitos dos quais em parceria com os Serviços Sociais

- Programas sociais, recreativos e culturais extensíveis ao agregado familiar
- Seminário apoio ao/á cuidador/a informal
- Promoção de programas de exercício físico
- Programa de férias para os filhos dos/as colaboradores/as
- Programa Educacional "Inglês Jovem"
- Acordos com estabelecimentos da área educativa

Em 2014 foi delineado o Protocolo de Colaboradores Montepio, que se constitui como uma iniciativa destinada a todos os colaboradores do Grupo e destinada a uniformizar benefícios e vantagens dos quais todos podem usufruir, mediante cumprimento das condições de adesão e potenciando uma gestão de recursos financeiros pautada pelo rigor e racionalidade.

## O MONTEPIO TEM VINDO, DESDE 2014, A PARTICIPAR EM INICIATIVAS NO ÂMBITO DA ÉTICA EMPRESARIAL E DA IGUALDADE DE GÉNERO.

- REPRESENTAÇÃO DO MONTEPIO EM GRUPOS DE TRABALHO INSTITUCIONAIS, NOMEADAMENTE: APEE (ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE ÉTICA EMPRESARIAL) E GRUPO DE TRABALHO DE IGUALDADE DE GÉNERO DA REDE NACIONAL RESPONSABILIDADE SOCIAL
- ESTUDO DA PERCEÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EXTERNA DO MONTEPIO/ FUNDAÇÃO MONTEPIO / OES;
- PARTICIPAÇÃO EM WORKSHOPS DE PROMOÇÃO DE IGUALDADE DE GÉNERO;
- PARTICIPAÇÃO NAS SESSÕES PLENÁRIAS DO FÓRUM DE EMPRESAS PARA A IGUALDADE DE GÉNERO, COMO ENTIDADE OBSERVADORA, PERSPECTIVANDO-SE A MÉDIO PRAZO A ADESÃO

## VOLUNTARIADO CORPORATIVO

O Montepio tem em curso um Programa de Voluntariado Corporativo, dinamizado pelo Gabinete de Responsabilidade Social. No final de 2014 abrangia cerca de 1 300 colaboradores e reformados inscritos na Bolsa do Voluntariado (+ 14,7% face a 2013). Durante o ano foram desenvolvidas as seguintes atividades:

- 23 ações de voluntariado coletivo, sendo que 13 foram realizadas no Dia do Voluntariado do Montepio;
- 35 ações de voluntariado em parceria com a Comunidade Vida e Paz – Equipas de Rua, que abrangeram cerca de 80 colaboradores;
- 7 sessões formativas que envolveram cerca de 180 voluntários, colaboradores do Montepio e alguns colaboradores da Randstadt, empresa que presta serviços de apoio de *telemarketing* ao Montepio;
- Elaboração do curso de *e-learning* sobre voluntariado;
- 2.ª Edição do “Dia do Voluntariado” do Grupo Montepio – com a participação de mais de 160 voluntários (colaboradores do Grupo Montepio) em 13 localidades de norte a sul do país, numa ação de voluntariado única realizada em parceria com a Associação de Reformados do Montepio. Esta ação contemplou várias áreas, incluindo ambiente, educação e formação, inclusão, acompanhamento de projetos estruturais a nível local, proteção dos animais e cultura;

- Participação em projetos em parceria com o GRACE - Programas dos Novos Líderes para a Cidadania, Universidades Network e ainda os projetos “Mentores/ ENGAGE”, “Como Mobilizar as Empresas para Projetos Sociais” e “Projetos de Inovação Comunitária”;
- Parceria com a Make a Wish, tendo sido conseguida a realização de oito desejos, com uma equipa de seis voluntários;
- Projeto voluntariado de leitura, em parceria com o CITI (Centro de Investigação para Tecnologias Interativas) da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, com 10 voluntários;
- Projeto de Microcrédito do Montepio com cerca de 30 voluntários/tutores de proximidade.
- Desenvolvimento da parceria com a Junior Achievement Portugal com a colaboração de 62 voluntários;
- Programas de internet para associados seniores realizados com o apoio de 37 voluntários;
- Relançamento do Programa de Educação Financeira para Crianças que, sendo implementado por voluntários, implicou a realização de sessões formativas no Porto, Lisboa, Coimbra e Faro, com a participação de 84 voluntários

58 AÇÕES DE VOLUNTARIADO COLETIVO  
543 VOLUNTARIADOS



## SAÚDE E SEGURANÇA

A CEMG adota uma abordagem holística na promoção da saúde dos seus colaboradores, combinando a SST – Saúde e Segurança no Trabalho – com a promoção da saúde, a prevenção da doença e a intervenção nas determinantes sociais da saúde, envolvendo as famílias e a comunidade. A CEMG dispõe de uma área da Saúde no Trabalho (ST) composta por técnicos detentores das competências e certificações profissionais exigidas pelas entidades reguladoras. O núcleo de Segurança no Trabalho e Emergência (SHT) contribui para tornar mais seguros, mais saudáveis e mais produtivos os locais de trabalho, promovendo o bem-estar laboral e desenvolvendo uma cultura de prevenção de riscos.

### ACIDENTES DE TRABALHO

Em 2014 ocorreram 36 acidentes de trabalho, observando-se um aumento na categoria “dentro das instalações” face a 2013.

	2013	2014
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>36</b>
Nas instalações	10	18
<i>In Itinere</i>	20	12
Fora das instalações	6	6

	Género		Religião				
	<b>TOTAL</b>	Mas	Fem	Norte	Centro	Sul	Ilhas
	12	24	6	28	1	1	

## O MONTEPIO DESENVOLVEU O PRIMEIRO PROGRAMA DE FORMAÇÃO INTERNA DO PAÍS DEDICADO A TEMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, MUTUALISMO E VOLUNTARIADO CORPORATIVO.

O CURSO RESPONSABILIDADE SOCIAL SENSIBILIZOU TODOS OS PARTICIPANTES PARA A IMPORTÂNCIA DO TEMA, TENDO OS CONTEÚDOS SIDO PRODUZIDOS POR UMA EQUIPA INTERNA PLURIDISCIPLINAR.

Foi estruturado em formato *e-learning* e presencial, permitindo assim a cobertura de todo o universo de colaboradores. A formação *e-learning* em voluntariado corporativo constituiu uma peça fundamental para o entendimento coletivo da temática e permitiu a divulgação do programa do Grupo Montepio.

#### **MEDICINA NO TRABALHO**

Através de médicos de trabalho próprios e de entidades prestadoras de serviços, a CEMG assegurou os habituais exames médicos de admissão, periódicos e ocasionais, tendo sido efetuados em 2014 um total de 2 682 exames médicos.

Em 2014, mediante análise dos exames médicos realizados, foi elaborado o perfil das nosologias dos colaboradores, o que permitiu elaborar um diagnóstico da sua saúde. Este processo permitiu um acompanhamento personalizado de situações graves de doença prolongada. Foi efetuada a distribuição de equipamento ergonómico a colaboradores com fatores de risco.

Além disso, foi administrada a vacina da gripe sazonal a todos os colaboradores que se inscreveram na Campanha de Vacinação (cf. procedimento em vigor desde 2006), abrangendo no total 702 colaboradores.

#### **PROGRAMA PROMOÇÃO DA SAÚDE “TRABALHAR EM TEMPO DE MUDANÇA”**

Durante o ano 2014 foram desenvolvidas as seguintes atividades:

- Ações de sensibilização com apresentação dedicada ao tema “Riscos Psicossociais”, tendo sido enviado às chefias material de informação sobre a Campanha de Locais de Trabalho Saudáveis, Gestão do Stress da Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho;
- Divulgação a cerca de 300 colaboradores/chefias, de sugestões eficazes de prevenção do stress ajustadas à prática profissional de líder – “Conselhos para as Chefias”, Infográficos e um Guia para partilhar com a equipa: “Gestão do Stress e dos Riscos Psicossociais no Trabalho”;
- Divulgação de “Conselhos para os Trabalhadores” no sentido de ajudar a identificar os sintomas relacionados com o stress, bem como apresentar algumas sugestões de como lidar com essas situações;
- Apoio psicológico regular a colaboradores identificados com essa necessidade, quer nas instalações da área de Saúde no Trabalho quer por contacto telefónico. Estas ações foram alvo de avaliação pelos participantes do programa, da qual resultou um *feedback* positivo pela pertinência e interesse dos temas apresentados, assim como o reconhecimento da sua aplicabilidade na sua prática profissional e de potencial melhoria em tomadas de decisão.

## OUTRAS ATIVIDADES

No âmbito da prevenção e bem-estar foram ainda levadas a cabo as seguintes atividades:

- Campanhas internas de sensibilização para estilos de vida saudáveis – com destaque para a comemoração de dias com efemérides e informação da Fundação Portuguesa de Cardiologia sobre a alimentação saudável;
- Implementação do Projeto “Secura ocular no trabalho com equipamentos dotados de visor” em parceria com a EDOL Farmacêutica. Foram abrangidos cerca de 250 colaboradores dos serviços centrais, distribuídos por diversos edifícios.
- A manutenção da colaboração com o Instituto Nacional de Saúde Dr. Ricardo Jorge e com o Instituto de Medicina Preventiva da Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa no Projeto AIS – Avaliação do Impacto na Saúde de Estratégias do Emprego.

## APOIO SOCIAL

Atenta à matriz mutualista e à cultura humanista próprias do Montepio, em 2014 mantiveram-se práticas de apoio social aos colaboradores, em complementaridade e articulação com o sistema de benefícios. Estas ações visam a criação de bem-estar social e profissional, sendo pautadas pela ética e sustentabilidade numa perspetiva que mantém o foco nos elementos da equipa interna do Montepio.

Desta forma, registou-se intervenção no âmbito de diferentes necessidades, exemplificadas em seguida, mediante análises casuísticas que assumiram uma dimensão interdisciplinar, contando com técnicos de áreas diversas e soluções customizadas:

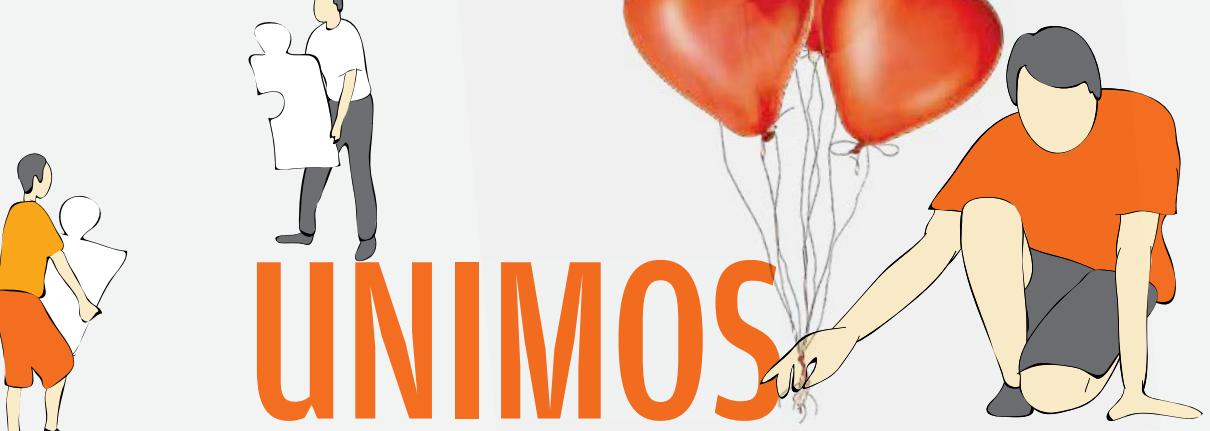
- Situações de absentismo (prolongado ou reiterado);
- Intervenção sócio familiar junto dos colaboradores afetados por grandes doenças e outras situações com impacto negativo no bem-estar psicossocial e físico;
- Apoio a colaboradores em assistência à família e a familiares de colaboradores falecidos;
- Acompanhamento de situações diversas, por iniciativa dos Serviços de Saúde ou pelos responsáveis hierárquicos.

A intervenção de apoio social constitui-se como uma instância de mediação entre colaboradores, equipas, organização e a sociedade, para o que beneficia de parcerias estabelecidas com diversas entidades, por diferentes órgãos do Montepio que são apoiados, financeira e estatutariamente, para essa finalidade.

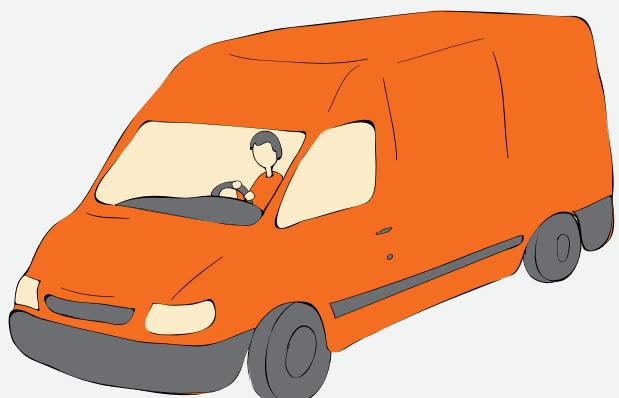


# 09.

Investir em ações que beneficiam a comunidade



**UNIMOS  
ESFORÇOS PARA  
fazer a diferença  
PARA TODOS**

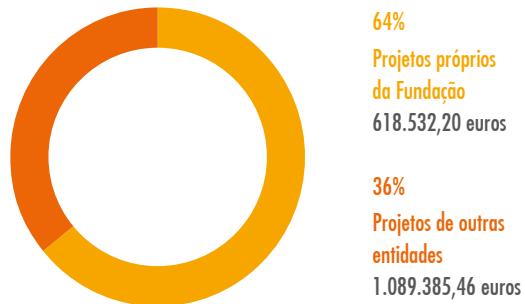


## INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE

Ao longo de 2014, a Fundação, enquanto entidade responsável pela vertente de envolvimento da comunidade, realizou diversas ações nas áreas da saúde, solidariedade, educação e formação e outros campos complementares, promotores da cidadania e do desenvolvimento da sociedade portuguesa.

### EFICIÊNCIA E IMPACTO DOS PROGRAMAS E DOS PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Em 2014, deram entrada na Fundação 935 pedidos de apoio, tendo sido deferido o investimento a 162 projetos, a que correspondeu um financiamento no montante 1 707 908,66 euros. O financiamento concedido permitiu às instituições melhorar a qualidade da prestação de cuidados, o início de novas abordagens e intervenções inovadoras e a capacitação de dirigentes e quadros técnicos das instituições, contribuindo para o desenvolvimento da economia social.



#### PROJETOS PRÓPRIOS DA FUNDAÇÃO

Os projetos próprios da Fundação visam promover a qualidade da intervenção das organizações de economia social, privilegiando os atores que realizam intervenções essenciais e que se distinguem pelo seu espírito empreendedor.

Dos projetos próprios desenvolvidos pela Fundação em 2014 destacam-se os seguintes:

#### PROJETO FROTA SOLIDÁRIA

**Um projeto que cresce com a participação de todos**  
A Frota Solidária, projeto central na atividade da Fundação Montepio, foi criada com o propósito de devolver à sociedade civil os montantes que, a cada ano, os contribuintes lhe atribuem quando, no preenchimento da Declaração de IRS, inscrevem o NIPC 503 802 808 no espaço reservado à Consignação Fiscal.

No âmbito do Projeto Frota Solidária, após conclusão do processo final de análise das 600 candidaturas e seleção das entidades beneficiadas, foram adquiridas e decoradas 21 viaturas cuja entrega se processou no dia 14 de julho de 2014, na cidade do Porto.

As instituições beneficiadas representam intervenções diferenciadas, realizadas em diversos pontos do país, unidas pela mesma necessidade de garantir melhor mobilidade aos seus clientes e por constituir exemplares meritórios de trabalho social.

Este é um projeto fundamental para a economia social portuguesa que, desde 2008, já beneficiou



124 instituições, disseminando o projeto por todo o país, com evidentes mais-valias para as instituições atendidas e para os seus clientes e rede informal de apoio. Tal como é testemunhado pelas organizações contempladas, a oferta de viaturas adaptadas vem colmatar uma lacuna grave no domínio das linhas de apoio públicas e garantir o alargamento da área geográfica de intervenção, aumentar o número de utentes transportados e, por vezes, assegurar a sua mobilidade em segurança.

### PRÉMIO VOLUNTARIADO JOVEM

Iniciativa criada em 2011 pela Fundação com o apoio da Lusitânia - Companhia de Seguros, que tem por objetivo reconhecer e promover o voluntariado jovem, estimular a apresentação de iniciativas inovadoras e apoiar a continuidade de projetos de voluntariado.

Depois de, em 2013, o Montepio ter assinalado o Ano Europeu dos Cidadãos, em 2014 entendeu organizar uma 4ª edição do Prémio, inspirada na mesma temática. No contexto da 4ª edição do Prémio foram recebidas 55 candidaturas provenientes de associações juvenis, IPSS, ONGD, fundações e escolas, entre outras organizações que apresentaram projetos nas mais diversas áreas, como educação, formação, saúde, ambiente, cidadania e intergeracionalidade. O Prémio, no valor de 25 mil euros, foi entregue ao Projeto "Cicloficina dos Anjos", apresentado pela



Federação Portuguesa de Cicloturismo e Utilizadores de Bicicleta (Lisboa).

Pela qualidade e inovação dos projetos, o júri decidiu atribuir, a título excepcional, quatro menções honrosas e prémios monetários, no valor de mil euros, a cada uma das restantes quatro organizações finalistas.

### PRÉMIO ESCOLAR MONTEPIO

Esta iniciativa visa financiar projetos educativos inovadores e de qualidade desenvolvidos por estabelecimentos de ensino público, do 3.º ciclo de ensino básico, do Continente e Regiões Autónomas, através da disseminação das boas práticas educativas que melhorem as condições de aprendizagem, a aproximação da comunidade à escola, prevenindo o abandono e o insucesso escolares.

Dando continuidade às edições anteriores foi revisto o Regulamento, o Formulário e a estratégia de divulgação do Prémio Escolar. O número de candidaturas aumentou significativamente tendo 86 estabelecimentos de ensino apresentado um projeto para candidatura ao Prémio.



Na edição de 2014 (6.ª edição) a Fundação distinguiu três agrupamentos e concedeu duas menções honrosas, no valor total de 88 749 euros, viabilizando desta forma iniciativas que envolvem mais de 737 docentes e 10 039 alunos.

### PROGRAMA MONTEPIO INCENTIVO SUPERIOR

Em 2014 realizou-se a primeira edição do **Programa Montepio Incentivo Superior** que, sendo dirigido às instituições de ensino superior portuguesas, tem como principal objetivo apoiar os estudantes que manifestam dificuldades em suportar os custos de frequência do ensino superior, nomeadamente as despesas com propinas, alojamento, alimentação e material escolar. Da análise das candidaturas recebidas, realizada de acordo com os requisitos constantes do Regulamento do Programa, resultou a seleção de quatro universidades, que beneficiaram de um apoio da Fundação Montepio.



O contributo da Fundação, no valor total de 30 000 euros, permitiu reforçar os fundos de apoio social das universidades, beneficiando cerca de 90 estudantes do ensino superior e contribuindo para evitar o abandono de alunos universitários.

## PROJETOS DESENVOLVIDOS EM PARCERIA

Os projetos desenvolvidos em parceria visam o desenvolvimento de iniciativas em parceria com outras entidades financeiras, realizados por entidades de economia social em várias áreas de intervenção.

Em virtude da abrangência, do grau de inovação e do envolvimento da Fundação, destacam-se os seguintes projetos, por área de intervenção:

### ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Comunidade*



**Projeto Cuidar Melhor**, realizado em parceria entre a Fundação Montepio, a Fundação Calouste Gulbenkian, a Associação Alzheimer Portugal e o Instituto de Ciências da Saúde da Universidade Católica Portuguesa, aos quais se associaram a empresa Sonae Sierra e os municípios de Cascais, Oeiras e Sintra.

**Objetivo:** Contribuir para a inclusão e promoção dos direitos das pessoas com demência, bem como para o apoio e valorização dos familiares e profissionais que lhes prestam cuidados.

#### DESTAQUES 2014:

Foram realizados 483 atendimentos a cuidadores familiares pelos três gabinetes técnicos pluridisciplinares existentes, sendo que foram ampliados os serviços disponibilizados (apoio psicológico, avaliação neuropsicológica, estimulação cognitiva e alívio ao cuidador).

Foram criados cinco novos "Memory Café", que consistem num local de encontro para pessoas com problemas de memória ou demência e seus familiares, para partilha de experiências e suporte mútuo. Os sete Cafés Memória em funcionamento reuniram 407 participantes (num total de 990 participações).

De forma a sensibilizar a comunidade para o tema da Demência e formar profissionais nesta área específica de intervenção, foram realizadas 19 ações de formação, sete dirigidas a cuidadores familiares e 12 dirigidas a cuidadores profissionais. Estas ações reuniram, no total, 182 participantes.

### ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Combate ao desemprego*



**Projeto GEPE (Grupo de Entreajuda na Procura de Emprego)**, promovido pelo Instituto Padre António Vieira.

**Objetivo:** Grupos informais de pessoas desempregadas, que se reúnem periodicamente e cujo objectivo é a procura ativa de emprego, na qual todos os membros do grupo colaboram e se entreajudam.

#### DESTAQUES 2014:

Foram criados 58 Grupos, encontrando-se ativos 83 no total, que registaram 1 643 participantes, sendo que o projeto apresenta uma taxa de empregabilidade de 37,19%. Foram, ainda, desenvolvidas as seguintes atividades:

- Publicação do livro ACREDITAR - Histórias de Entreajuda no Combate ao Desemprego;
- Congresso GEPE (193 participantes);
- Encontro Nacional de Animadores (45 participantes); Avaliação do Projeto 2013;
- 22 sessões de formação;
- História do Futuro (quatro formações de seis dias sobre empregabilidade com mais de 100 participantes);
- Pic-Nic de Verão e Festa de Natal (mais de 40 participantes).

**ÁREA DE INTERVENÇÃO:** *Deficiência*



**Projeto Mobilidade Positiva**, realizado em parceria com a Fundação Manuel António da Mota e com a Mobilidade Positiva.

**Objetivo:** Apoio a casos de cidadãos deficientes ou com incapacidade temporária e em situação de carência económica.

**DESTAQUES 2014:**

A Fundação afetou 25 000 euros a este projeto, que permitiu apoiar cinco casos sociais, o que resultou numa transferência de 21 423,68 euros que permitiram promover a sua mobilidade e acessibilidade.

**ÁREA DE INTERVENÇÃO:** *Educação*



**Projeto Mais - Melhor Ação e Inovação Social (2<sup>a</sup> e 3<sup>a</sup> Edição)**, em parceria com a Fundação Gulbenkian, EEA Grants, TESE – Associação para o Desenvolvimento, Accenture, Católica Porto Business School, Impulso Positivo e UDIPSS-Porto e UDIPSS de Santarém.

**Objetivo:** Criar valor e permitir a sustentabilidade das OSFL - organizações sem fins lucrativos através da capacitação dos técnicos e dirigentes destas organizações.

**DESTAQUES 2014:**

Em 2014 deu-se a segunda edição do Projeto destinada às OSFL da área do Grande Porto, que possibilitou a formação de 52 técnicos e dirigentes de 48 organizações, e a consultoria em três organizações, Ainda em 2014, procedeu-se a mais um alargamento geográfico do projeto, através do financiamento de uma terceira edição com o objetivo de capacitar as OSFL da região de Santarém. A implementação do MAIS em Santarém concretizou-se com o início do primeiro módulo de formação, que permitiu a formação de 21 técnicos/ dirigentes de 19 organizações daquela área geográfica.

**ÁREA DE INTERVENÇÃO :** *Empreendedorismo*



**EAPN – Rede Europeia Anti-Pobreza**

**Objetivo:** financiamento ao EAPN no desenvolvimento da intervenção ao projeto de microcrédito no Montepio e sua avaliação técnica.

**DESTAQUES 2014:**

O apoio da Fundação possibilitou a realização de nove projetos com envolvimento da EAPN que tiveram a intervenção de oito Tutores de Proximidade, colaboradores voluntários do Montepio, e a realização de um estudo sobre a mais-valia diferenciadora do modelo de microcrédito, assente no envolvimento de entidades do setor social e na tutoria de proximidade.

**ÁREA DE INTERVENÇÃO:** *Envelhecimento*



**Projeto “Mais proximidade, melhor vida”**, promovido pela Associação Mais Proximidade Melhor Vida.

**Objetivo/Linhas de orientação:** diminuição do impacto da solidão e/ou isolamento; promoção da saúde e do bem-estar e aumento da qualidade de vida no domicílio.

**DESTAQUES 2014:**

Deu-se a autonomização face ao Centro Social Paroquial de São Nicolau e a formalização como Associação Mais Proximidade Melhor Vida.

Procedeu-se ao alargamento da área de atividade do Projeto, mantendo-se a missão de servir a população residente na Baixa e a extensão da intervenção à população da Mouraria.

Foi organizada a Conferência “Envelhecer Melhor – Como?!“ e foi lançada uma campanha de angariação de fundos “Baixa Solidária“.

Em 2014 este projeto acompanhou 129 beneficiários.

**ÁREA DE INTERVENÇÃO:** *Infância e Juventude*



**Projeto Bolsas de Estudo**, realizado em parceria com a Associação Corações com Coroa.

**Objetivo:** Ajudar jovens com mérito académico inseridas em meios sociais e económicos desfavorecidos a prosseguir com êxito os seus estudos e ambições profissionais.

**DESTAQUES 2014:**

Foram apoiadas duas jovens com o valor de 10 718,50 euros.

**PROJETOS EM QUE A FUNDAÇÃO É FINANCIADORA**

Projetos em que a Fundação é financiadora, não tendo qualquer envolvimento na construção do projeto.

Para os projetos em que a Fundação é apenas financiadora existe um Regulamento de Concessão de Apoios em Sede de Responsabilidade Social e um formulário de apresentação e pedido de apoio, que é preenchido pelas entidades, com informação sobre identificação da entidade, tipo de apoio pretendido, sustentabilidade do projeto e dados do proponente. No âmbito do Regulamento podem candidatar-se à concessão de financiamento e/ou investimento social as instituições da área da economia social sedeadas em Portugal e que cumpram alguns requisitos definidos pela Fundação.

As candidaturas são analisadas de acordo com uma tabela de triagem que considera os seguintes critérios de ponderação prioritários:

- Sustentabilidade do projeto e da instituição;
- Inovação do projeto;
- Avaliação de impacto do projeto;
- Existência de parcerias para implementação do projeto;
- Alinhamento com as linhas de orientação estratégicas da Fundação Montepio.

**POR ANO, A FUNDAÇÃO CONCEDE FINANCIAMENTO A CERCA DE 120 INSTITUIÇÕES DA ECONOMIA SOCIAL**

## OUTRAS INICIATIVAS QUE TAMBÉM CONTRIBUÍRAM PARA APOIAR A COMUNIDADE

### CARTÃO+VIDA

O Cartão+Vida é um cartão criado com uma orientação muito forte para a comunidade através do apoio às IPSS (Instituições Particulares de Solidariedade Social). Cada vez que o Cliente utiliza o Cartão +Vida está a contribuir para instituições de solidariedade social escolhidas por si. Salienta-se que os valores atribuídos são parte da margem do Montepio e não doações diretas do Cliente.

O Cartão + Vida garantiu apoio a quatro entidades de reconhecido mérito e cuja atividade tem impacto em todo o país, sendo o valor anual total do donativo e valor médio por entidade em 2014: 27 901,00 euros / 6 975,25 euros respetivamente.



Instituição	Valor entregue (em euros)
APAV – Associação Portuguesa de Apoio à Vítima	5 922,42
LPN – Liga para a Proteção da Natureza	5 922,42
Associação Portuguesa de Crianças Desaparecidas	8 028,08
Apoiarte – Casa do Artista	8 028,08

### DONATIVOS DE NATAL

Em 2014, a Fundação selecionou 10 instituições (sete instituições foram selecionadas pela Fundação e três pelos colaboradores) para beneficiarem dos donativos de Natal que, pelo seu trabalho em áreas diferentes e complementares, muito têm contribuído para o desenvolvimento das suas comunidades, para o empoderamento dos seus clientes, para a inclusão social e para a proteção dos animais e da natureza.

O valor distribuído, no montante de €200 000, resulta da decisão de afetar a IPSS a verba anteriormente despendida em brindes de natal. As entidades escolhidas sobressaíram em virtude da sua preocupação em investir para criar fontes de receitas próprias num claro processo de autonomização.



### MINUTO SOLIDÁRIO

A iniciativa Minuto Solidário foi lançada em 2011 com os seguintes objetivos:

- Divulgar e apoiar as IPSS nacionais e entidades equiparadas, bem como os seus projetos mais relevantes;
- Dar a conhecer os projetos e instituições apoiadas pelo Montepio através da Fundação Montepio, Cartão +Vida, Donativos de Natal, etc.
- Associar a marca Montepio ao setor social, seu lugar natural, quer pela sua génese quer pela sua atuação;
- Garantir visibilidade e frequência no contacto com a marca Montepio.

O projeto prevê a elaboração de filmes de um minuto a serem transmitidos em canal aberto e em canal por cabo. Tendo por base os registos feitos para a elaboração dos filmes televisivos são produzidos filmes de três minutos, para oferta às IPSS, com o intuito de as ajudar a promover os seus projetos, bem como a angariar fundos ou voluntários para as suas causas.

De 2012 a 2014 foram apoiadas um total de 64 entidades em todo o país dedicadas à infância, deficiência e apoio ao envelhecimento, principais áreas de atuação da Fundação Montepio.



### CORRIDA MONTEPIO

Depois de, em 2013, a Corrida Montepio ter sido uma das provas mais participadas em Portugal, em 2014 realizou-se a segunda edição da Corrida. No ano de reporte a Corrida Montepio contou com diversas atividades para adultos e crianças e para diferentes níveis de preparação física.

O evento foi constituído por três provas: uma corrida com a distância de 10 km, uma caminhada com a distância de 5 km e uma prova para crianças entre os 5 e os 11 anos, que varia entre 300 e os 700 metros. O valor das inscrições reverteu, na totalidade, para uma instituição de carácter solidário.

Em 2014, a Corrida contou com 10 200 participantes, tendo promovido a angariação de 55 mil euros, provenientes da sociedade civil, que beneficiaram a Cáritas Portuguesa.



## EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SENSIBILIZAÇÃO AO MUTUALISMO

### PROGRAMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Em 2009 a Fundação Montepio lançou o Programa de Educação Financeira, em resposta a um repto do *European Savings Banks Group* (ESBG), pensado inicialmente para quatro grupos de *stakeholders* (colaboradores, associados, jovens/adultos e crianças), tendo, no entanto só avançado com programas para os jovens/adultos (através de um protocolo com a ANJAF) e para as crianças (realizado nas escolas).

No período 2010-2013, o Programa de Educação Financeira para crianças, realizado através do recurso ao voluntariado interno, abrangeu 5 277 crianças, 138 escolas e 226 turmas.

Durante o ano de 2014 o Programa de Educação Financeira para crianças esteve em fase de reformulação, estando previsto para 2015 avançarem com o novo programa, que será dado por colaboradores voluntários do Montepio. Este Programa pretende ser uma ferramenta essencial para pais e educadores que se preocupam com o crescimento saudável e responsável dos seus filhos e educandos.

Nas primeiras duas sessões é explicado o que é o dinheiro, para que serve, de onde vem, como se deve gastar e como poupar e é apresentada a história do livro "D. Poupança e o Jardim de Valores". Na terceira sessão as crianças são familiarizadas com os conceitos de Sociedade, Direitos, Deveres, Cidadania e Participação. Segue-se uma visita a um balcão do Montepio e a um supermercado, onde são colocados em prática os conhecimentos adquiridos anteriormente.



## O PROGRAMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA DO MONTEPIO

GANHOU O PRÉMIO DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA FAMÍLIA

### PORTAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA Ei

#### O QUE É O Ei?

- É o Portal de Educação Financeira do Montepio criado em 2013;
- É uma ferramenta que ajuda os seus utilizadores a fazerem mais pelas finanças, a prepararem o presente e a planearem o futuro;
- É uma ferramenta para informar, esclarecer e responder às questões e necessidades de todo um país. Porquê do País? Porque integra conteúdos que respondem às necessidades de todos, independentemente da idade, profissão ou setor de atividade.

#### POR QUE SURGIU?

Como reforço no combate à iliteracia financeira e por forma a proporcionar informação que responda às necessidades de quatro milhões de famílias que querem tomar as melhores decisões para o seu dinheiro; às pequenas e médias empresas que precisam de estratégias e de empreendedores informados; às instituições que pertencem à Economia Social, que agrupa mais de 45 mil entidades; a uma nova geração de mais de dois milhões de jovens que querem ser mais capazes e estar mais informados sobre a área financeira; e a quem educa, sejam pais ou professores.

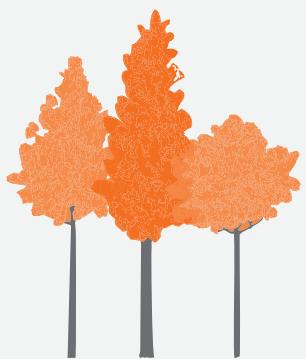
#### QUAL A SUA MISSÃO?

Criar condições, ferramentas e estratégias para todos, garantindo o acesso a conteúdos informativos selecionados, didáticos e relevantes, na área da educação financeira, fazendo a ponte com o Mutualismo e com o espírito de entreajuda e permitindo a todos os públicos uma boa gestão do seu dinheiro, agora e no futuro. Em 2014, o Portal Ei teve 1 556 979 visualizações.



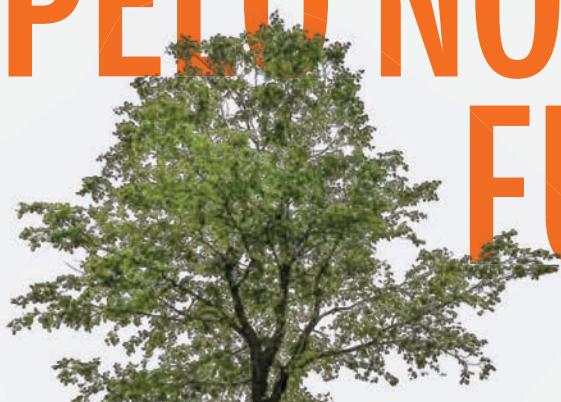
# 10.

## Promover o Ambiente





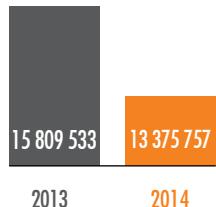
**GARANTIMOS**  
*o respeito*  
**PELO NOSSO**  
**FUTURO**



## PROMOVER O AMBIENTE

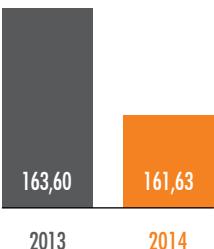
### DESEMPENHO AMBIENTAL DO MONTEPIO

CONSUMO TOTAL  
DE ENERGIA (kwh)



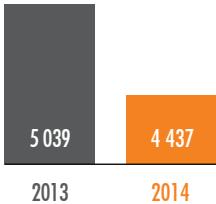
**13 375 757** kwh  
Consumo de Energia

CONSUMO DE PAPEL (TON)



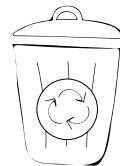
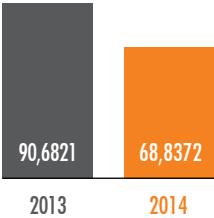
**161** ton  
Consumo de Papel

TOTAL DE EMISSÕES  
(TON CO<sub>2</sub>)



**4 437** CO<sub>2</sub>eq  
Emissões de CO<sub>2</sub>

RESÍDUOS (TON)



**68,8372** ton  
Resíduos

O Montepio reconhece o papel da defesa do ambiente na promoção do desenvolvimento sustentável. Deste modo, além do incentivo a práticas internas cada vez mais amigas do ambiente, sobretudo no que se refere ao consumo de energia, tem lançado novos produtos com o objetivo de tornar a interação com os clientes cada vez menos assente em papel e a fomentar a redução do seu consumo.

### PROJETO EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

#### EM QUE CONSISTE?

O Montepio sentiu a necessidade de aumentar a eficiência energética, na perspetiva da melhor utilização do recurso eletricidade e da consequente redução de custos. Para o efeito, lançou um projeto que tem vindo a desenvolver-se em duas vertentes:

I – Substituição das lâmpadas por LED ao nível dos balcões e edifícios centrais;

II – Implementação de um sistema de controlo de consumos, ao nível dos balcões, que atua através de parâmetros pré-definidos nas componentes de ar condicionado e iluminação. Este sistema atua, automaticamente, tendo em consideração os parâmetros introduzidos e disponibiliza informação que permite intervir de forma planeada na correção de situações anómalas.

#### QUAIS FORAM OS RESULTADOS?

Foram substituídas 62 000 lâmpadas fluorescentes por LED.

Encontra-se em fase final de implementação, em parceria com a empresa LMIT, um sistema de gestão centralizada, permitindo monitorizar e condicionar o funcionamento da iluminação e climatização em toda a rede de balcões. Este sistema compõe-se basicamente de autómatos instalados localmente (Wisebox) e de uma aplicação central de registo e controlo dos diversos parâmetros. Desta forma podem ser monitorizados e controlados remotamente os consumos e anomalias de funcionamento, dispondo de um sistema de alertas em tempo real.

#### O MONTEPIO INVESTIU 2 500 000€

DE FORMA A REDUZIR AS EMISSÕES DE CO<sub>2</sub> NOS ÚLTIMOS ANOS

#### FROTA MONTEPIO

##### EM QUE CONSISTE?

Em 2013/2014 foi substituída a frota do Montepio - aproximadamente 800 carros. Neste período foram escolhidos carros mais eficientes, que consomem menos combustível e com menos emissões de CO<sub>2</sub> associadas. Foi ainda efetuada uma sensibilização interna para utilização eficiente das viaturas.

##### QUAIS FORAM OS RESULTADOS EM 2014?

Esta substituição permitiu uma poupança de 30% no que se refere a *rentings*.

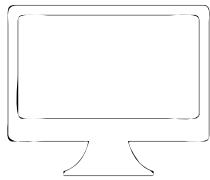
#### VIATURAS – CONSUMO DE LITROS DE COMBUSTÍVEL

ANO	2011	2012	2013	2014
N.º Viaturas	857	827	799	793
Litros (Mil)	1 156	1 200	1 019	926
Média/Viat/Litros/Ano	1 349	1 451	1 275	1 168
	8%		-12%	-8%

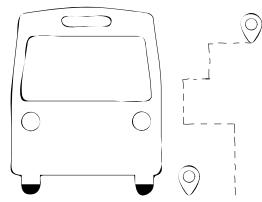
#### NO ÂMBITO DO PROJETO FROTA SOLIDÁRIA

TODOS OS CARROS COMPRADOS TÊM QUE EMITIR MENOS DE 180 G CO<sub>2</sub>

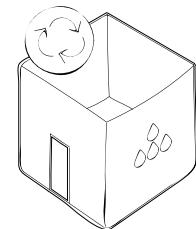
ALÉM DESTAS INICIATIVAS, EM 2014 O MONTEPIO IMPLEMENTOU ALGUMAS BOAS PRÁTICAS DE AMBIENTE.



AQUISIÇÃO DE COMPUTADORES  
ENERGETICAMENTE  
EFICIENTES



OTIMIZAÇÃO DAS ROTAS  
DOS AUTOCARROS QUE  
TRANSPORTAM OS COLABORADORES,  
PASSANDO  
DE 5 PARA 2 AUTOCARROS



RECICLAGEM DE TONERS  
(esta iniciativa ainda não foi  
implementada em todas as  
áreas)



OTIMIZAÇÃO DAS ROTAS  
DE RECOLHA DE PAPEL  
PELA REISSWOLF  
(empresa que efetua  
a recolha do papel)

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “DE ACORDO” - ESSENCIAL

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS		
	INDICADOR	LOCALIZAÇÃO
<b>ESTRATÉGIA E ANÁLISE</b>		
G4-1	Declaração do Presidente do Conselho de Administração sobre a relevância da Sustentabilidade para a Organização e a sua Estratégia de Sustentabilidade	<b>Mensagem do Presidente</b>   Pág. 11
G4-2	Principais impactos, riscos e oportunidades	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social</b>   Págs. 30 a 33, 36
<b>PERFIL ORGANIZACIONAL</b>		
G4-3	Nome da Organização	<b>Sobre este Relatório</b>   Pág. 8
G4-4	Principais produtos e serviços	<b>02. Montepio - um projeto criado por pessoas, para pessoas - Principais Marcas, Produtos e Serviços</b>   Pág. 21
G4-5	Localização da sede da Organização	R. Áurea, 219-241, 1100-062 Lisboa
G4-6	Número de países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais as suas principais operações estão localizadas ou que são especialmente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório	<b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Mapa com a localização geográfica do Montepio</b>   Págs. 20 e 21
G4-7	Tipo e natureza legal de propriedade	<b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas - Apresentação do modelo de negócio do Montepio</b>   Pág. 22
G4-8	Mercados servidos	<b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Mapa com a localização geográfica do Montepio</b>   Págs. 20 e 21
G4-9	Dimensão da Organização	<b>Síntese de Indicadores   Principais indicadores de desempenho relativos a 2014</b>   Págs. 6 e 7
G4-10	Número total de colaboradores, discriminados por contrato de trabalho e género	<b>08. Valorizar os colaboradores - Caracterização da equipa</b>   Pág. 72
G4-11	Percentagem de colaboradores abrangidos por acordos de contratação coletiva	99%
G4 - 12	Cadeia de fornecedores da Organização	<b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas - Descrição da cadeia de fornecedores</b>   Págs. 23 - 25
G4 - 13	Alterações significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo Relatório em relação à dimensão, estrutura, participação acionista ou cadeia de fornecedores da Organização	Não se registaram alterações significativas no decorrer do período coberto pelo Relatório
G4 - 14	Abordagem ao princípio da precaução	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo</b>   Págs. 36 e 37
G4 - 15	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter económico, ambiental e social que a Organização subscreve ou endossa.	<b>01. Principais prémios, reconhecimentos e representações externas</b>   Pág. 15

G4 - 16	Participação em associações e organizações nacionais ou internacionais de defesa	<b>01. Principais prémios, reconhecimentos e representações externas</b>   Pág. 15
<b>ASPETOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES</b>		
G4 - 17	Totalidade das entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	<b>Relatório e Contas CEMG 2014 - "Demonstrações financeiras"</b>
G4 - 18	Processo adotado para definição do conteúdo do Relatório e os limites dos aspetos	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 19	Aspetos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do Relatório	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 20	Limite de cada aspeto material dentro da Organização	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 21	Limite de cada aspeto material fora da Organização	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 22	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 23	Alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores quanto ao âmbito e ao limite dos aspetos	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
<b>ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS</b>		
G4 - 24	Lista de grupos de <i>stakeholders</i> da Organização	<b>04. Envolvimento com stakeholders</b>   Págs. 40 e 41
G4 - 25	Base para identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	<b>04. Envolvimento com stakeholders</b>   Pág. 40
G4 - 26	Abordagem adotada para envolvimento com os <i>stakeholders</i> , inclusive a frequência do envolvimento por tipo e por grupo	<b>04. Envolvimento com stakeholders</b>   Págs. 40 e 41
G4 - 27	Principais questões e preocupações apontadas pelos <i>stakeholders</i> como resultado do processo de envolvimento e as medidas adotadas pela organização no tratamento das mesmas	<b>04. Envolvimento com stakeholders</b>   Págs. 42 a 43
<b>PERFIL DO RELATÓRIO</b>		
G4 - 28	Período coberto pelo Relatório	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 29	Data do relatório anterior mais recente	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 30	Ciclo de emissão de relatórios	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 31	Contactos para questões sobre o Relatório ou os seus conteúdos	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9
G4 - 32	Opção "De Acordo" escolhida pela Organização e respetivo índice do conteúdo da GRI	Este Relatório responde à opção "De Acordo Essencial" e a tabela GRI é anexa ao Relatório

G4 - 33	Política e práticas correntes adotadas pela organização para submeter o Relatório a uma verificação externa	Este relatório não foi sujeito a verificação externa. No entanto, o Montepio está a ponderar submeter, no futuro, a informação de sustentabilidade a um processo de verificação
<b>GOVERNANCE</b>		
G4 - 34	Estrutura de governo da Organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governação hierarquicamente mais elevado	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo</b>   Págs. 34 e 35
G4 - 35	Processo usado para a delegação de autoridade sobre questões económicas, ambientais e sociais pelo mais alto órgão de governo para executivos seniores e outros colaboradores	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo</b>   Págs. 34 e 35
G4 - 36	Relatar se a Organização designou um ou mais cargos e funções de nível executivo como responsável pelas questões económicas, ambientais e sociais e se esses responsáveis se reportam diretamente ao mais alto órgão de governo	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo</b>   Págs. 34 e 35
G4 - 37	Processos de consulta usados entre os <i>stakeholders</i> e o mais alto órgão de governação em relação às questões económicas, ambientais e sociais. Se a consulta for delegada a outras estruturas, órgãos ou pessoas, indique a quem e quaisquer processos existentes de <i>feedback</i> para o mais alto órgão de governo	<b>04. Envolvimento com Stakeholders</b>   Págs. 41 e 42
G4 - 38	Composição do mais alto órgão de governo e dos seus comités por: <ul style="list-style-type: none"><li>- Função executiva ou não executiva</li><li>- Independência</li><li>- Mandato dos membros do mais alto órgão de governação</li><li>- Número de outras funções e compromissos importantes de cada indivíduo, bem como a natureza desses compromissos (p. ex.: participação em outros conselhos, comitês, comissões, grupos de trabalho, etc.)</li><li>- Género</li><li>- Participação de grupos sociais sub-representados</li><li>- Competências relacionadas a impactos económicos, ambientais e sociais</li><li>- Participação de <i>stakeholders</i></li></ul>	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo</b>   Págs. 34 e 35  <b>Relatório e Contas CEMG 2014</b>   págs. 411 a 414
G4 - 39	Indicar se o Presidente do órgão de governo hierarquicamente mais elevado é, simultaneamente, um diretor executivo (e, nesse caso, quais as suas funções no âmbito da gestão da organização e as razões para esta composição)	  <b>Relatório e Contas CEMG 2014</b>   págs. 411 e 412
G4 - 40	Processos de seleção e nomeação para o mais alto órgão de governação e seus comités, bem como os critérios adotados para selecionar e nomear os membros do mais alto órgão de governação	  <b>Relatório e Contas CEMG 2014</b>   págs. 410 e 411
G4 - 41	Processos usados pelo mais alto órgão de governação para garantir a prevenção e administração de conflitos de interesse	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo e Gestão de Riscos</b>   Págs. 34 a 36  <b>Relatório e Contas CEMG 2014</b>   págs. 49 a 57, 210 a 222
G4 - 42	Papéis desempenhados pelo mais alto órgão de governação e pelos executivos seniores no desenvolvimento, aprovação e atualização do propósito, declaração de missão, visão e valores, e definição de estratégias, políticas e metas relacionadas a impactos económicos, ambientais e sociais da Organização	  <b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo</b>   Págs. 34 e 35
G4 - 43	Medidas tomadas para desenvolver e aprimorar o conhecimento do mais alto órgão de governação sobre questões económicas, ambientais e sociais	  <b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo</b>   Págs. 34 e 35

G4 - 47	Frequência com que o mais alto órgão de governação analisa impactos, riscos e oportunidades derivados de questões económicas, ambientais e sociais	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Modelo de Governo</b>   Pág. 35
G4 - 48	Órgão ou o cargo de mais alto nível que analisa e aprova formalmente o Relatório de Sustentabilidade da Organização e garante que todos os aspectos materiais sejam abordados	O Comité de Responsabilidade Social é responsável pela análise e aprovação formal do Relatório de Sustentabilidade. O Gabinete de Responsabilidade Social é responsável por assegurar a elaboração do presente Relatório e por assegurar que todos os aspectos materiais são abordados
G4 - 51	<p>a. Políticas de Remuneração aplicadas ao mais alto órgão de governação e a executivos seniores para os seguintes tipos de remuneração:</p> <p>Salário fixo e remuneração variável:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Remuneração baseada no desempenho</li> <li>- Remuneração baseada em ações (ações ou opções de ações)</li> <li>- Bónus</li> <li>- Ações exercíveis ou diferidas</li> </ul> <p>Bónus de atração ou pagamentos de incentivos ao recrutamento</p> <p>Pagamentos de rescisão</p> <p><i>Clawbacks</i></p> <p>Benefícios de aposentadoria, inclusive a diferença entre plano de benefícios e taxas de contribuições para o mais alto órgão de governação, altos executivos e todos os demais colaboradores</p> <p>b. Critérios de desempenho da política de remuneração aplicam-se aos objetivos económicos, ambientais e sociais do mais alto órgão de governação e executivos séniores</p>	<p><b>Relatório e Contas CEMG 2014</b>   págs. 427 a 431, 443 a 444</p> <p><b>Relatório e Contas AM 2014</b>   pág. 136</p>
G4 - 52	Processo adotado para a determinação da remuneração. Relatar se consultores de remuneração são envolvidos na determinação de remunerações e se eles são independentes da Administração. Relatar quaisquer outras relações entre os consultores de remuneração e a Organização	<b>Relatório e Contas CEMG 2014</b>   págs. 427 a 431, 443 a 444
G4 - 53	Opiniões dos <i>stakeholders</i> são solicitadas e tidas em conta em relação à remuneração, incluindo os resultados de votações sobre políticas e propostas de remuneração, se aplicável	<b>Relatório e Contas CEMG 2014</b>   págs. 427 a 431, 443 a 444
<b>ÉTICA E INTEGRIDADE</b>		
G4 - 56	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da Organização	<b>03. Estratégia de Responsabilidade Social - Ética e Integridade</b>   Pág. 37
G4 - 57	Mecanismos internos e externos adotados pela Organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação	Apesar de o Montepio já ter alguns mecanismos que permitem detetar comportamentos não éticos (por exemplo através das auditorias internas e do Gabinete de Procuradoria do Cliente), não existe um mecanismo formalizado
G4 - 58	Mecanismos internos e externos adotados pela Organização para comunicar preocupações relativamente a comportamentos não éticos ou incompatíveis com a legislação e questões relacionadas com a integridade organizacional, como encaminhamento de preocupações pelas vias hierárquicas, mecanismos para denúncias de irregularidades ou canais de denúncias	Apesar de o Montepio já ter alguns mecanismos para comunicar preocupações relativamente a comportamentos não éticos (por exemplo através das auditorias internas e do Gabinete de Procuradoria do Cliente), não existe um mecanismo de denúncia formalizado

CONTEUDOS PADRÃO ESPECÍFICOS		
INDICADOR /FORMAS DE GESTÃO	LOCALIZAÇÃO	
INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÓMICO		
ASPETO MATERIAL: DESEMPENHO ECONÓMICO	<p>a. Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da Organização. Com relação direta com o Desempenho Económico, o tema "Desempenho Económico/Criação de valor" foi considerado de materialidade elevada (ver matriz de materialidade - Sobre este Relatório).</p> <p>b. O Montepio tem promovido, ao longo dos anos, diversas iniciativas relacionadas com o desempenho económico (ver capítulo 05. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores - Desempenho Económico)</p> <p>c. O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspecto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 05. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores - Desempenho Económico ).</p> <p><b>05. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores - Desempenho Económico</b>   pág. 46</p> <p>Informação ainda não disponível. O Montepio prevê efetuar uma avaliação de riscos e oportunidades para a Organização devido às alterações climáticas</p> <p><b>Relatório e Contas CEMG 2014</b>   págs. 46-47, 85 a 87</p> <p>Não existem</p>	
G4 - EC1	Valor económico direto gerado e distribuído	
G4 - EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para a Organização devido às alterações climáticas	
G4 - EC3	Planos de benefícios oferecidos pela Organização	
G4 - EC4	Benefícios financeiros significativos recebidos pelo governo	
INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL – PRÁTICAS LABORAIS		
ASPETO MATERIAL: EMPREGO	<p>a. Os temas materiais do Montepio, tiveram como base, o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da Organização. Com relação direta com o emprego, o tema "Desenvolvimento do Capital Humano" foi considerado de materialidade média (ver matriz de materialidade - Sobre este Relatório).</p> <p>b. O Montepio tem promovido, ao longo dos anos, diversas iniciativas relacionadas com o Desenvolvimento do Capital Humanos (ver capítulo 08. Valorizar os colaboradores).</p> <p>c. O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspecto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 08. Valorizar os colaboradores).</p> <p>O trabalho realizado na cadeia de fornecedores do Montepio ocorre em conformidade com estruturas institucionais e jurídicas. As condições de trabalho na cadeia de fornecedores do Montepio satisfazem a legislação laboral nacional e todas as normas laborais internacionais.</p> <p><b>08. Valorizar os colaboradores - Caracterização da Equipa</b>   Pág. 72</p> <p><b>08. Valorizar os colaboradores - Benefícios aos Colaboradores</b>   Págs. 76 e 77</p> <p>As taxas de retorno e de retenção são de 100%</p>	
Formas de Gestão Genéricas		
Formas de Gestão Específicas		
G4- LA1	Número e taxa de novas contratações e taxa de rotatividade por faixa etária, género e região	
G4- LA2	Benefícios para colaboradores, a tempo integral, que não são atribuídos a colaboradores temporários ou a tempo parcial	
G4 - LA3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença parental, por género	

ASPETO MATERIAL: FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO

**Formas de Gestão Genéricas**

G4 - LA9	Média de horas de formação anual por colaborador, género e categoria profissional
G4 - LA10	Formação anual por colaborador
G4 - LA11	Percentagem de colaboradores que recebem regularmente análise de desempenho e desenvolvimento de carreira

- a. Os temas materiais do Montepio, tiveram como base, o cruzamento dos resultados da auscultação de *stakeholders* com a perspetiva interna da Instituição. Com relação direta com a Formação e Educação, o tema "Formação e Desenvolvimento de Competências" foi considerado relevante para efeitos de reporte, apesar de ser um tema não material na matriz global.
- b. O Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com a formação e educação (ver capítulo 08. Valorizar os colaboradores)
- c. O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 08. Valorizar os colaboradores).

**08. Valorizar os colaboradores - Desenvolvimento do Capital Humano** | Págs. 74 e 75

**08. Valorizar os colaboradores - Desenvolvimento do Capital Humano** | Págs. 74 e 75

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL - RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO

ASPETO MATERIAL: ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS

**Formas de Gestão Genéricas**

- a. Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de *stakeholders* com a perspetiva interna da Instituição. Com relação direta com a Rotulagem de Produtos e Serviços, o tema "Qualidade do serviço e satisfação dos associados e dos clientes" foi considerado de materialidade elevada (ver matriz de materialidade - Sobre este Relatório).

- b. O Montepio tem promovido, ao longo dos anos, diversas iniciativas relacionadas com a qualidade do serviço e satisfação dos associados e clientes (ver capítulo 07. Garantir a qualidade de serviço e a satisfação dos clientes)

- c. O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 07. Garantir a qualidade de serviço e a satisfação dos clientes).

**Formas de Gestão Específicas**

G4 - PR3	Tipo de informação dos produtos exigida pelos procedimentos de rotulagem e percentagem de produtos e serviços sujeitos a essas exigências
G4 - PR4	Número total de ocorrências de não conformidades com a legislação e códigos voluntários relacionados com informações e rotulagem dos produtos e serviços, por tipo de resultado
G4 - PR5	Resultados de pesquisas de satisfação do cliente

Ciente da importância do *feedback* dos clientes em relação à atividade desenvolvida, o Montepio, através de diferentes metodologias e canais de comunicação, mantém um diálogo contínuo com este grupo de *stakeholders* (Ver capítulo 07. Garantir a qualidade de serviço e a satisfação dos clientes).

O Montepio obedece a orientações do Banco de Portugal em matéria de publicidade institucional. Os documentos que regulam a publicidade (incluindo a bancária) são os seguintes:

- Código de Publicidade: DL n.º 330/90, de 23 de Outubro;
- Aviso 10/2008 do Banco de Portugal e respetivo anexo;
- Carta Circular 2014/000065 do Banco de Portugal, que regula a publicidade institucional

No ano de 2014 não se registou qualquer ocorrência de não conformidade com a legislação em vigor

**07. Garantir a qualidade de serviço e a satisfação dos clientes - Gestão da marca e da reputação - Qualidade do serviço** | Pág. 66 a 69

## **FICHA TÉCNICA**

EDIÇÃO E DESIGN: Plot Content Agency, SA

FOTOGRAFIAS: MONTEPIO

DEPÓSITO LEGAL: XXXXX

2015



