



# RELATÓRIO DE Sustentabilidade 2015

Associação  
Mutualista  
Montepio

Caixa Económica  
Montepio Geral

Fundação  
Montepio

Lusitania  
Companhia  
de Seguros

A TRANS  
0

# FORMAR MUNDO DESDE 1840

juntos por todos

Com 175 anos de História, o Grupo Montepio<sup>1</sup> tornou-se uma referência no setor da economia social, modernizou-se, consolidou-se e garantiu respostas ajustadas às necessidades financeiras e de proteção social dos seus *stakeholders*.

O Grupo Montepio, consciente da importância do dia de amanhã, pensa no presente e prepara o futuro alinhado pelos valores da transparência, segurança e mútua confiança com os seus *stakeholders*. Trabalha e contribui para a proteção e bem-estar de todos, apoiando diversas causas e comunidades.

<sup>1</sup> Sempre que, neste Relatório, se utiliza a referência Grupo Montepio, esta deverá ser entendida como as entidades que estão a efetuar o seu reporte de sustentabilidade, ou seja, Associação Mutualista, Caixa Económica Montepio Geral, Fundação Montepio e Lusitania – Companhia de Seguros.

# ÍNDICE

JUNTOS, CONTRIBUÍMOS PARA UM FUTURO MELHOR



## SOBRE ESTE RELATÓRIO

Publicado pelo segundo ano, este Relatório pretende divulgar aos *stakeholders*, a estratégia, políticas, princípios e iniciativas desenvolvidas pelo Grupo Montepio<sup>1</sup>, através de indicadores de desempenho e de mecanismos de avaliação.

PÁG. 8

## MENSAGEM DO PRESIDENTE

"Para o Grupo Montepio, comunicar a visão e a missão constitui um imperativo ético de transparência, totalmente alinhado com a sua história e reputação", revela o presidente António Tomás Correia.

PÁG. 10

## 01

### PRINCIPAIS PRÉMIOS, RECONHECIMENTOS E PARTICIPAÇÕES EXTERNAS

As várias distinções recebidas pelo Grupo Montepio, todos os anos, atribuídos por diversas organizações externas, são resultado de um trabalho estratégico contínuo ao nível da comunicação, serviço prestado aos clientes e associados, com impacto positivo na comunidade.

PÁG. 12



## 02

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

O mundo e a sociedade mudaram de forma drástica ao longo dos últimos 175 anos, mas o Grupo Montepio seguiu uma linha coerente que vai ao encontro do seu maior ativo — as pessoas, e contribuindo para o reforço da solidariedade e cidadania ativa.

PÁG. 18

## 03

### ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Enquanto instituição de economia social, o Grupo Montepio coloca o progresso económico ao serviço dos associados, clientes e comunidade, através de quatro eixos de intervenção principais.

PÁG. 26

## 04

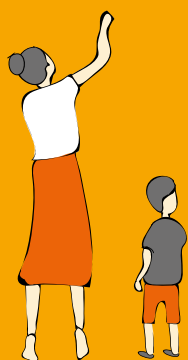
### ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

O Grupo Montepio mantém um diálogo permanente com as entidades e pessoas que constituem as suas partes interessadas. É este envolvimento que leva à constante melhoria do desempenho da Organização.

PÁG. 42

<sup>1</sup> Sempre que, neste Relatório, se utiliza a referência Grupo Montepio, esta deverá ser entendida como as entidades que estão a efetuar o seu reporte de sustentabilidade, ou seja, Associação Mutualista, Caixa Económica Montepio Geral, Fundação Montepio e Lusitania — Companhia de Seguros.



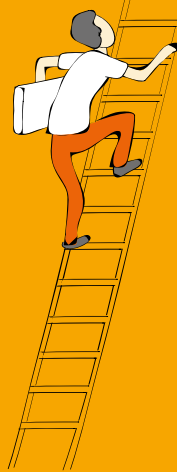


# 05

## DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS DIFERENCIADORES

Num ano particularmente desafiante, a Caixa Económica definiu um crescimento sustentável, assente na diferenciação e suportado na solidez e solidariedade. Assim, a abordagem de mercado foi enquadrada no momento económico do país.

PÁG. 48



# 08

## VALORIZAR OS COLABORADORES

A igualdade de oportunidades, garantia de boas condições de trabalho e ambiente propício ao desenvolvimento dos colaboradores foram alguns dos eixos estratégicos para o Grupo Montepio.

O Programa de Voluntariado Corporativo assumiu-se, também, com um dos vértices da estratégia de recursos humanos.

PÁG. 86

# 06

## RESPONDER ÀS NECESSIDADES DE PROTEÇÃO SOCIAL E FINANCEIRA DOS ASSOCIADOS

A pensar nos constrangimentos económico-financeiros e no envelhecimento da população, a Associação Mutualista reforçou a sua missão de desenvolver ações de proteção social, promoção da cultura e melhoria da qualidade de vida dos associados e beneficiários.

PÁG. 66

# 09

## INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE

Conheça o papel da Fundação Montepio na promoção de ações nas áreas da saúde, solidariedade, educação e formação, bem como noutros campos promotores da cidadania.

PÁG. 100

# 07

## ALINHAR A OFERTA SEGURADORA COM UM MUNDO EM MUDANÇA

A Lusitania – Companhia de Seguros elegeu o reforço das alianças com a rede de mediação, o fortalecimento das parcerias e a intensificação da atividade no canal bancário como as prioridades para 2015.

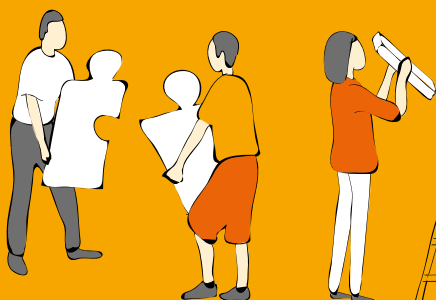
PÁG. 78

# 10

## PROMOVER O AMBIENTE

Saiba como o Grupo Montepio intervém no sentido de mitigar as alterações nos recursos naturais nas suas várias vertentes, promovendo o aumento da eficiência energética.

PÁG. 118



# SÍNTESE DE INDICADORES

//RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE '15

## Principais indicadores de desempenho relativos a 2015

Conheça os principais números do Montepio Geral – Associação Mutualista, da Caixa Económica Montepio Geral, da Fundação Montepio e da Lusitania – Companhia de Seguros.

MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

**482 850€**

MILHARES

DE RECEITAS ASSOCIATIVAS

CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

**455 474€**

MILHARES

PRODUTO BANCÁRIO

LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS

**338 364€**

MILHARES

RECEITAS

**632 931**

Associados

A Associação Mutualista Montepio terminou o ano de 2015 com 632 931 associados, mais 2 418 que no ano anterior. A faixa etária mais representada é a dos 20 aos 40 anos, com 36% dos associados, seguida da faixa entre os 41 e os 60 anos (29%), dos menores de 20 anos (18%) e, por fim, dos maiores de 60 anos (17%).

**1 202**  
**acordos**

**EM VIGOR** PARA ATRIBUIÇÃO DE BENEFÍCIOS  
COMPLEMENTARES A ASSOCIADOS

**240**

ATIVIDADES

Foram realizadas, em todo o país, um total de 240 atividades com associados, um aumento muito significativo em relação às 159 ações desenvolvidas em 2014.





# 3 774

## COLABORADORES

Em 2015, o quadro de pessoal manteve o perfil de distribuição de géneros, com uma ligeira predominância do masculino (54%). Por outro lado, 99,5% dos colaboradores têm um contrato permanente ou de prazo indeterminado e 99,6% são colaboradores a tempo integral.

# 537

COLABORADORES  
LUSITANIA

# 82

COLABORADORES ASSOCIAÇÃO  
MUTUALISTA MONTEPIO  
+ FUNDAÇÃO



# 137

PROJETOS FINANCIADOS  
PELA FUNDAÇÃO  
MONTEPIO

# 1 472 814€

VALOR DOS  
FINANCIAMENTOS  
CONCEDIDOS PELA  
FUNDAÇÃO MONTEPIO

Acompanhando a tendência dos últimos anos, registou-se uma diminuição do valor total dos apoios concedidos e do número de projetos apoiados em 2015, quando comparado com o ano anterior. O valor médio por projeto apoiado registou, porém, um ligeiro aumento para os 10 750,47€, face aos 10 542,65€ de 2014.

# 1 369 728

Clientes particulares

CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

# 139 744

Clientes empresa

CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

# 452 512

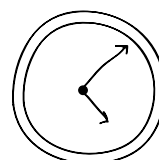
Clientes particulares

LUSITANIA

# 47 738

Clientes empresa

LUSITANIA



# 5 368

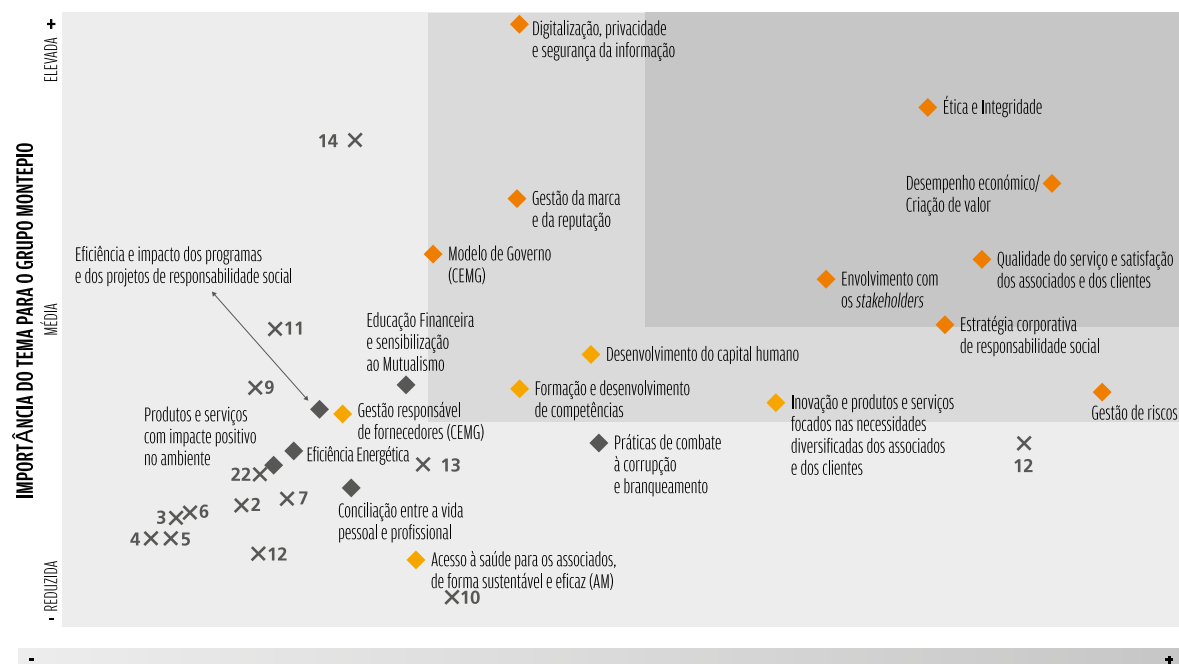
HORAS DE VOLUNTARIADO

## SOBRE ESTE RELATÓRIO

Considerando fundamental a avaliação contínua e a comunicação do desempenho em matéria de Sustentabilidade, o Grupo Montepio publica o seu segundo Relatório de Sustentabilidade, relativo ao ano de 2015. Este documento, elaborado de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI)*, na sua versão 4 (GRI G4 – na opção “in accordance – Core”) pretende divulgar aos *stakeholders* do Grupo a sua estratégia, políticas, princípios e iniciativas desenvolvidas, recorrendo a indicadores de desempenho como mecanismo de avaliação. Procurando representar de forma mais abrangente a realidade do Grupo Montepio, incluiu-se pela primeira vez neste relatório a atividade da Lusitania – Companhia de Seguros (ramos Não Vida). Nesse sentido,

o âmbito e os conteúdos apresentados no presente Relatório correspondem ao desempenho do Montepio Geral – Associação Mutualista (AM), da Caixa Económica Montepio Geral (CEMG)<sup>1</sup>, da Fundação Montepio (Fundação) e da Lusitania – Companhia de Seguros (Lusitania). A avaliação da materialidade de temas de sustentabilidade foi efetuada para cada uma das organizações incluídas no âmbito do Relatório, bem como ao nível do Grupo. Cada uma destas avaliações de materialidade foi efetuada com base no cruzamento dos resultados da auscultação de *stakeholders* com a perspetiva interna sobre a relevância e impactos dos vários temas de sustentabilidade em cada organização do Grupo Montepio.

### MATRIZ DE MATERIALIDADE – GRUPO MONTEPIO



### IMPORTÂNCIA DO TEMA PARA OS STAKEHOLDERS DO GRUPO MONTEPIO

#### 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 revelantes para efeitos de reporte.
- ✕ Temas não materiais.

#### LEGENDA

- |  |  |   |
|--|--|---|
| 1. Condições de acessibilidade (física e tecnológica)        | 6. Formação e sensibilização ambiental   | 12. Desenvolvimento do empreendedorismo e programas de <i>funding</i> para o Terceiro Setor |
| 2. Otimização do consumo de papel                            | 7. Critérios ambientais e sociais na análise de riscos na concessão de crédito | 13. Transparência e <i>marketing</i> responsável  |
| 3. Alterações climáticas e emissões                          | 8. Saúde e segurança no trabalho   | 14. Produtos para adaptação às alterações demográficas (acesso à saúde, etc.)               |
| 4. Otimização de consumos de água                            | 9. Diversidade e igualdade de oportunidades                                    |   |
| 5. Gestão de resíduos (separação, reutilização e reciclagem) | 10. Iniciativas de dinamização associativa                                     |   |
|  | 11. Respeito pelos Direitos Humanos  |   |

<sup>1</sup>Note-se que no que concerne aos dados económicos, estes não incluem a atividade realizada fora de Portugal.

Este relatório inclui 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.

CAPÍTULOS	AM	CEMG	FUNDAÇÃO	LUSITANIA
Principais indicadores de desempenho relativos a 2015				
Sobre este Relatório				
Mensagem do Presidente				
01. Principais prémios, reconhecimentos e representações externas				
02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas				
03. Estratégia de Responsabilidade Social				
04. Envolvimento com <i>stakeholders</i>				
05. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores				
06. Responder às necessidades de proteção social e financeiras dos associados				
07. Alinhar a oferta seguradora com as necessidades atuais e futuras de um mundo em mudança				
08. Valorizar os colaboradores				
09. Investir em ações que beneficiam a Comunidade				
10. Promover o Ambiente				

	AM – Associação Mutualista
	CEMG – Caixa Económica Montepio Geral
	Fundação – Fundação Montepio
	Lusitania – Companhia de Seguros

Os indicadores de desempenho da AM, CEMG e Fundação apresentados no Relatório de Sustentabilidade foram submetidos a verificação externa por uma entidade independente – PricewaterhouseCoopers & Associados, S.R.O.C., Lda. – de acordo com o âmbito e pressupostos apresentados na declaração de verificação e na Tabela GRI. Para qualquer esclarecimento ou questão relativa à Sustentabilidade no Grupo, por favor contacte: Gabinete de Responsabilidade Social através do e-mail [grs@montepio.pt](mailto:grs@montepio.pt)





## MENSAGEM DO PRESIDENTE

O Grupo Montepio tem vindo a trilhar um caminho de contínua afirmação e amadurecimento no que diz respeito à Responsabilidade Social interna e externa e aos seus diversos pilares, garantindo a identificação clara dos eixos merecedores de maior atenção no presente e no futuro, a definição de estratégias de atuação articuladas entre as empresas que constituem o Grupo, além da participação e liderança das mais representativas estruturas do setor. O presente Relatório de Sustentabilidade cristaliza a evolução havida face ao ano transato, não apenas na consolidação das práticas de responsabilidade social mas também no processo de envolvimento dos *stakeholders*. Para o Montepio, comunicar a visão e a missão e partilhar, com todas as partes interessadas, as ações realizadas, constitui um imperativo ético de transparência, totalmente alinhado com a sua história e reputação.

Como o documento demonstra, as diversas entidades abrangidas atuam de forma convergente e integrada, de forma a garantir uma única estratégia de responsabilidade social e um só relatório.

Enquanto maior organização de economia social portuguesa, o Montepio Geral, Associação Mutualista deve promover esta prática de *reporting* regular, instando as demais entidades a informarem associados, colaboradores, beneficiários e fornecedores sobre a forma como atuam no presente e como preservam o futuro.

Também a Caixa Económica Montepio Geral e a Lusitania – Companhia de Seguros, antecipando a obrigatoriedade decorrente da transposição da Diretiva 2014/95/EU, optaram por efetuar um rigoroso diagnóstico da sua atividade, afirmando as suas boas práticas e assumindo as áreas que exigem melhorias.

Por fim, também à Fundação Montepio, relevante investidor social, foi pedido o mesmo exercício de análise e partilha de resultados, demonstrando a forma clara como estabelece parcerias com a comunidade.

O Relatório é, pois, o corolário de um processo interno de concatenação de indicadores, de congregação de medidas e de uma análise crítica de quem sabe que podemos sempre melhorar, neste caminho de aperfeiçoamento permanente.

A sua elaboração reveste, para nós, tanta importância como o resultado final que agora submetemos à leitura e análise, pois permite-nos refletir sobre as práticas, alterar paradigmas, aumentar a eficácia e a eficiência e criar uma cultura de conhecimento, de responsabilidade partilhada e de governação integrada entre os serviços e entidades que integram o nosso Grupo, tornando-nos mais coesos, mais fortes e sobretudo mais resilientes aos desafios do futuro.

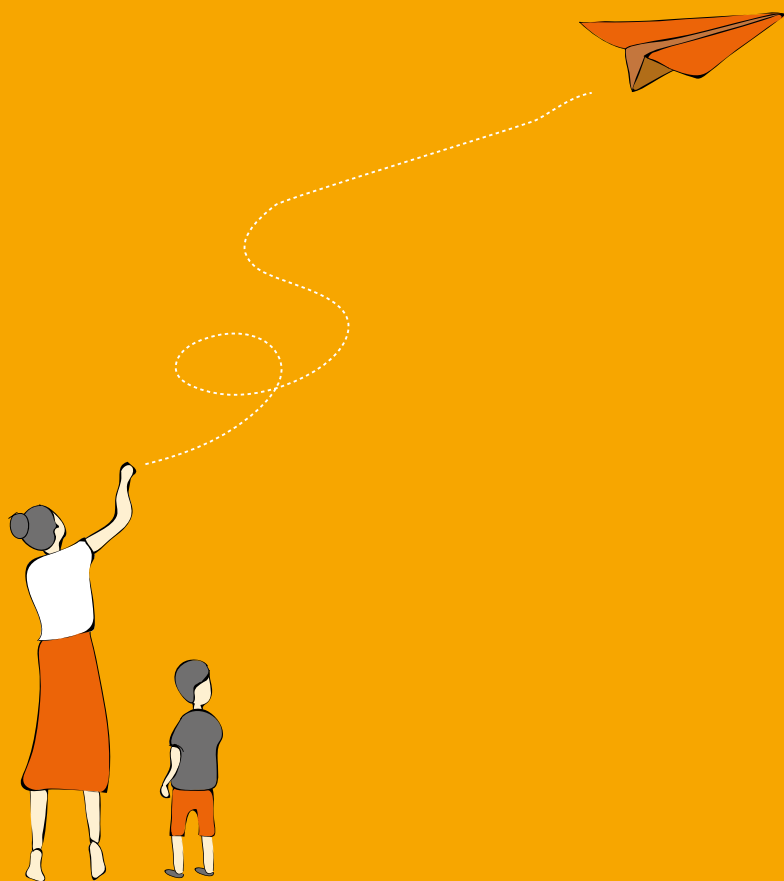
Gerar eixos de inovação, adequação social e humanização únicos na esfera nacional são objetivos a que nos propomos pelo que, para satisfação dos fins mutualistas, assumirá papel fundamental a prestação das empresas que constituem o Grupo Montepio.

**António Tomás Correia**

Presidente do Conselho de Administração do Grupo Montepio

# 01.

Principais prémios, reconhecimentos e representações externas







SOMOS

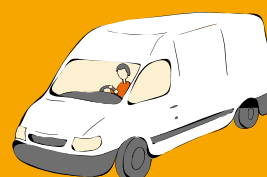
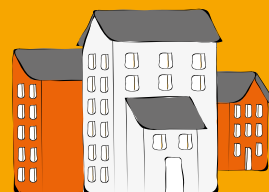
a Maior

ASSOCIAÇÃO

PORTUGUESA,

UMA REFERÊNCIA

DA ECONOMIA  
SOCIAL



## PRINCIPAIS PRÉMIOS, RECONHECIMENTOS E REPRESENTAÇÕES EXTERNAS

Desde 1840 que a Associação Mutualista Montepio procura contribuir para o desenvolvimento do País, apoiar cidadãos, garantir o futuro e a qualidade do serviço prestado. Em 2015, o Grupo, através das suas empresas, foi merecedor de diversos reconhecimentos e distinções externas.

Os prémios e distinções identificados são da exclusiva responsabilidade das entidades que os atribuíram.

### MONTEPIO GERAL ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

#### GRANDE PRÉMIO APCE'15

**Capa da edição especial: 175.º aniversário da Associação Mutualista Montepio** – A Revista Montepio foi vencedora na categoria “Comunicação Externa”.

**Portal Ei – Educação, Informação** – O júri do “Grande Prémio APCE 2015” distinguiu o Portal de Educação Financeira do Montepio, Ei – Educação, Informação como o melhor site a concurso, vencendo na categoria “Website”.

#### PEARL AWARDS 2015

Capa da edição especial: 175.º aniversário da AM Montepio – Finalista da edição 2015 dos prémios de conteúdos e *design* Pearl Awards. A Revista Montepio foi a única publicação editada em língua portuguesa a chegar à fase final desta competição internacional.

#### INTERNATIONAL CONTENT MARKETING AWARDS 2015

A Revista VOA, publicação trimestral que o MGAM envia aos seus associados mais jovens, conquistou a medalha de Bronze nos International Content Marketing Awards 2015, Categoria Melhor Ilustração. O júri, constituído por profissionais das áreas do *marketing* e comunicação de agências de todo o mundo, destacou a “capacidade da publicação chegar a diversos públicos e mercados”.

### CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

#### MEANINGFUL BRANDS PORTUGAL 2015 – MARCA MAIS RELEVANTE NO SETOR FINANCEIRO & SEGUROS

A métrica de força de marca do Havas Media Group analisou, em Portugal, mais de 96 marcas de 11 diferentes setores, através das respostas de 11 200 indivíduos. Os resultados apurados colocaram a marca Montepio no topo do setor Financeiro & Seguros, refletindo, assim, a preocupação da instituição para com os seus clientes, nomeadamente pelo acompanhamento que assegura, pela detenção de tendências e pelo papel que, ao longo da sua história, tem imprimindo na sociedade portuguesa.

#### ENTRE OS MAIORES BANCOS DO MUNDO

A CEMG manteve presença no *ranking* 2015 dos 1 000 Maiores Bancos do Mundo, de acordo com a revista *The Banker*, publicação de referência no setor da banca que integra o grupo editorial britânico *Financial Times*. O *ranking*, considerado medida-padrão da força e desempenho dos bancos para a indústria desde 1970, baseia-se numa apreciação da robustez financeira de cada instituição.

#### SUPERBRANDS – MARCA DE EXCELÊNCIA

Em 2015, a marca Montepio voltou a ser reconhecida como “Marca de Excelência” pela *Superbrands Portugal*, desta feita com a distinção *Superbrands Born in Portugal*, por alinhar a sua atuação pelos valores da solidariedade, sustentabilidade, ética e transparência.



## **NO TOPO DO ÍNDICE DE CONFIANÇA DOS PORTUGUESES**

De acordo com os dados apurados pelo estudo da Multidados, a CEMG assumiu a terceira posição no *ranking* das instituições bancárias nacionais nas quais os portugueses confiam as suas poupanças.

## **DISTINÇÃO DA QUALIDADE DOS CANAIS COMPLEMENTARES**

### **Contact Center**

Na esfera dos canais complementares, a CEMG continuou a conquistar o mercado e a merecer distinções que a colocaram entre as melhores. A Linha Montepio Phone24 foi distinguida com o “Troféu Bronze para Melhor Linha de Atendimento no Setor da Banca”, prémio atribuído pela Associação Portuguesa de Contact Centers.

### **Net24 Particulares**

A plataforma de Internet Banking – Net24 Particulares da CEMG foi distinguida com a certificação «Cinco Estrelas», depois de uma avaliação rigorosa e completa assegurada por utilizadores e profissionais da área da qualidade. Excelência do serviço, inovação e nível de satisfação, foram três das características destacadas por quem recorre ao Net24 para gerir o seu dia-a-dia financeiro.

## **IFE – TROFÉU PROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

O IFE – International Faculty for Executives distinguiu o Contact Center Montepio da CEMG com o “Troféu Projeto de Responsabilidade Social”, pela execução de uma ação interna em parceria com a Casa de Saúde do Telhal.

## **APAN – PRÉMIO EFICÁCIA**

A estratégia de comunicação da CEMG, nomeadamente a campanha de comunicação dirigida ao segmento empresarial “*Quando a sua empresa ganha, ganhamos todos*”, foi distinguida nos *Prémios Eficácia* – iniciativa promovida pela APAN, Associação Portuguesa de Anunciantes – com o prémio *Ouro*.

## **LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS**

### **MELHOR PLATAFORMA DE NEGÓCIOS**

A Lusitania – Companhia de Seguros foi reconhecida pela sua prestação e bons resultados alcançados com a Plataforma de Negócios enquanto “Melhor Plataforma de Mediação”, nos *Prémios de Inovação Outsystems*, que distinguem as empresas que utilizam as plataformas desta empresa, para tornar os seus negócios mais pró-ativos, produtivos e essenciais, criando valor e inovação. Trata-se de um prémio internacional no qual a Lusitania sai reconhecidamente vencedora.

### **MENÇÃO HONROSA NOS CIO AWARDS**

Em 2015 a “APP de Agilidade Comercial” da Lusitania foi distinguida com uma menção honrosa nos CIO Awards, galardão da IDC Portugal. Estes prémios foram criados para distinguir projetos portugueses na área das tecnologias de informação e comunicações com forte impacto no negócio das organizações, tendo sido submetidos a concurso cerca de 200 projetos.

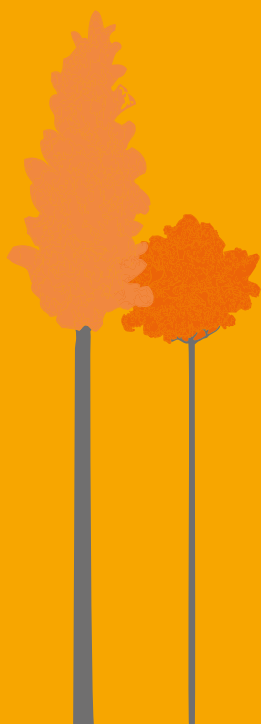
## REPRESENTAÇÕES EXTERNAS

ORGANIZAÇÃO	ENTIDADE	CARGO
Associação Mutualista	RedeMut – Associação Portuguesa de Mutualidades	Conselho de Administração e Apoio Operacional
	AIM – Associação Internacional das Mutualidades	Membro Efetivo e Presidência do Grupo de Trabalho
	Institut de la Protection Sociale Européenne	Membro do Conselho de Administração e do Conselho de Orientação
	Instituto para as Políticas Públicas e Sociais	Membro do Conselho de Direção
Caixa Económica Montepio Geral	Comité de Responsabilidade Social do ESBG	Membro do Comité de Coordenação
	<i>Confederación Española de Cajas de Ahorros</i>	Membro do Comité Jurídico
Fundação Montepio	GRACE – Grupo de reflexão e apoio à cidadania empresarial	Presidente da Direção
	Junior Achievement Portugal	Membro da Direção
	Centro Português de Fundações	Membro Associado
	BCSD Portugal	Membro Associado
	APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial	Membro Associado
	Organização Mundial da Família	Membro Associado
	Confederação Portuguesa de Voluntariado	Membro da Direção
Lusitania – Companhia de Seguros	APS – Associação Portuguesa de Seguradores	Membro do Conselho de Direção
	GRACE – Grupo de reflexão e apoio à cidadania empresarial	Membro Associado
	Seção Portuguesa da Associação Internacional do Direito dos Seguros	Membro Associado
	Associação para o Desenvolvimento Ocupacional dos Jovens Seguros	Vogal do Conselho Fiscal
	Gabinete Português da Carta Verde	Secretário da Mesa da Assembleia Geral



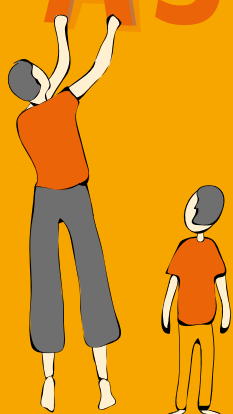
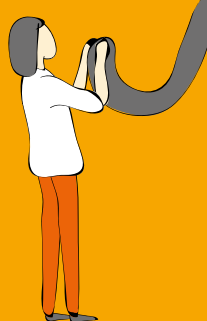
# 02.

Montepio — um projeto criado por pessoas, para pessoas





CONTRIBUÍMOS  
PARA A *proteção*  
*e bem-estar*  
DE TODOS  
OS NOSSOS  
ASSOCIADOS



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

### MAPA COM A LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DO MONTEPIO

O Grupo Montepio, com atividade há 175 anos, mantém a sua presença em diversas áreas de negócio e distribui-se ao longo de todo o território nacional, bem como internacional, com a sua vasta rede de balcões, agentes empresa e mediadores.

#### CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

No final de 2015, a CEMG detinha uma rede de 421 balcões em Portugal, o que representa uma diminuição de 15 balcões face ao ano 2014. Relativamente à atividade internacional, através do Finibanco Angola, foram abertos 2 novos balcões e 1 centro de empresas em Angola, ficando a rede com um total de 21 (incluindo 4 centros de empresas), aos quais se somam 9 balcões do Banco Terra, em Moçambique. A CEMG conta ainda com 6 escritórios de representação, distribuídos na Europa e na América do Norte.

### 2015

NO ANO DE 2015, A AM CELEBROU O SEU 175.º ANIVERSÁRIO. O ANO FICOU MARCADO POR UM CONJUNTO ALARGADO DE INICIATIVAS QUE REUNIRAM ASSOCIADOS E A SOCIEDADE CIVIL EM TORNO DA CELEBRAÇÃO DA VIDA E RELEVÂNCIA DE UMA INSTITUIÇÃO CRIADA POR PESSOAS, PARA PESSOAS E PELAS PESSOAS QUE, AO LONGO DE 175 ANOS DE ATIVIDADE, NUNCA DEIXOU DE CONTRIBUIR PARA O DESENVOLVIMENTO DO PAÍS, AFIRMANDO A SOLIDARIEDADE E A CIDADANIA ATIVA.

N.º DE BALCÕES DOMÉSTICOS E PRESENÇA INTERNACIONAL	2014	2015
Rede Doméstica	436	421
Rede Internacional – Angola	18	21
Rede Internacional – Moçambique	9	9
Escritórios de Representação	6	6

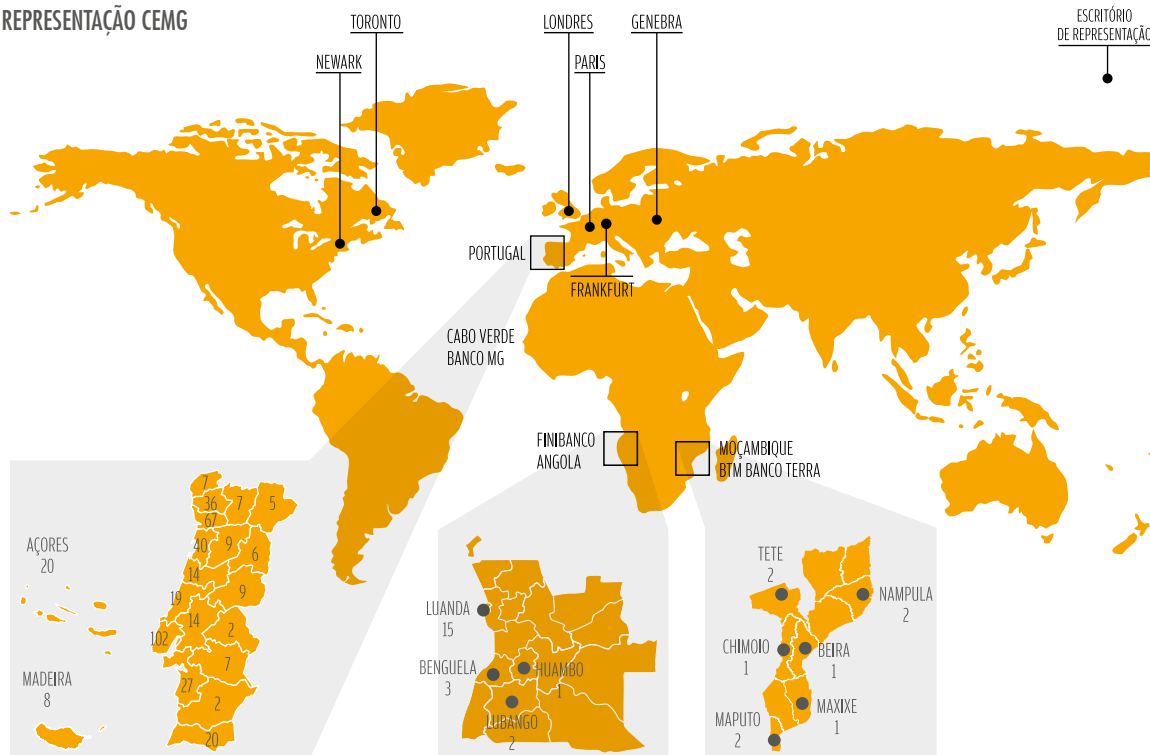
#### LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS

No final do ano 2015, a Lusitania detinha um total de 28 balcões físicos, distribuídos ao longo do território nacional. Adicionalmente, a seguradora encerrou o ano com um total de 3 653 agentes mediadores (excluindo as contas não pertencentes a balcões físicos).

N.º DE BALCÕES E LOJAS EM TERRITÓRIO NACIONAL E INTERNACIONAL	2015
Balcões Lusitania	28
Lojas Agentes de Representação	100

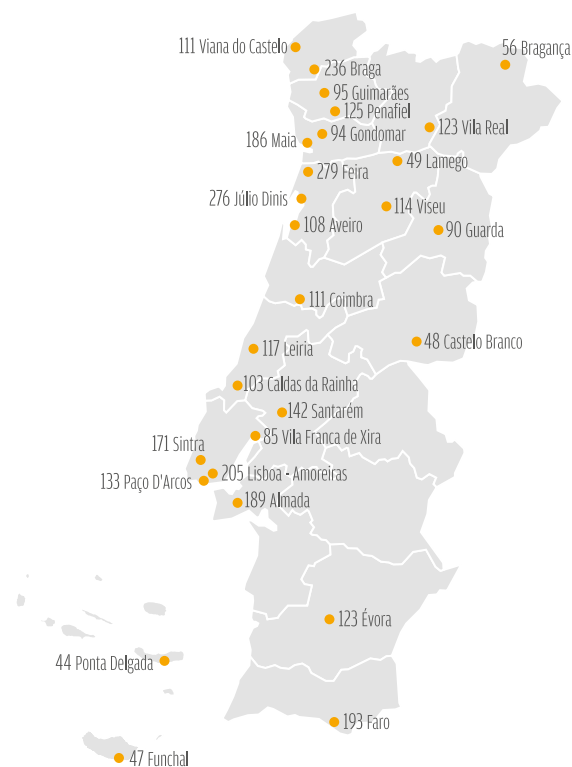


## REPRESENTAÇÃO CEMG



## BALCÕES LUSITANIA E MEDIADORES ASSOCIADOS

EM 2015 FOI REALIZADO UM LEVANTAMENTO SOBRE ADEQUAÇÃO AO NORMATIVO DAS ACESSIBILIDADES PARA PESSOAS COM MOBILIDADE REDUZIDA, JUNTO DE TODOS OS ESTABELECIMENTOS, INCLUINDO ILHAS.



## MODELO DE NEGÓCIO DO GRUPO MONTEPIO

O Grupo Montepio tem vindo a apresentar como desígnio estratégico a consolidação da sua posição promotora e gestora de regimes complementares de segurança social, economia do bem-estar e da qualidade de vida, através de uma gestão dinâmica, prudente e ética, respeitando os valores de solidariedade com elevados padrões de responsabilidade e sustentabilidade social, contribuindo para o desenvolvimento e consolidação da economia em Portugal.

Consciente de que o crescimento e fortalecimento da sua dimensão, assim como a maximização dos benefícios atribuídos aos seus associados e/ou clientes, são o motor e dinamizador de todo o Grupo, tem como prioridades estratégicas assegurar que toda a atividade é orientada para o desenvolvimento social e económico. Integrando entidades de natureza jurídica diversa, que se complementam num objetivo comum – *mutualidade, instituição financeira, fundação e seguradora* –, 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.

Enquanto ator do setor da economia social, o Grupo Montepio coloca o progresso económico ao serviço dos associados, dos clientes e da comunidade, prossegue um crescimento sustentável e desafia o futuro determinado a apoiar as famílias, os agentes económicos e os projetos empreendedores, com seriedade, solidez, transparência e humanismo, ao longo do ciclo de vida.



**INSTITUIÇÃO PARTICULAR DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, TEM COMO FINALIDADE DESENVOLVER AÇÕES DE PROTEÇÃO SOCIAL, NOMEADAMENTE NAS ÁREAS DA SAÚDE E DA SEGURANÇA SOCIAL COMPLEMENTAR, PROMOVER A CULTURA E A MELHORIA DA QUALIDADE DE VIDA DOS SEUS ASSOCIADOS E FAMILIARES. ATUA COMO UMA ENTIDADE QUE PRETENDE COMPLEMENTAR AS POLÍTICAS SOCIAIS DO ESTADO, NUM CONTEXTO DE CONSTRANGIMENTOS ECONÓMICO-FINANCEIROS EM EXPANSÃO, DEVIDO AO ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO E CONJUNTURA ECONÓMICA E SOCIAL ENVOLTA EM RISCOS E INCERTEZAS.**

**OPERA COM O OBJETIVO DE CRIAR VALOR PARA OS ASSOCIADOS DA AM E PARA OS RESTANTES *STAKEHOLDERS*, OBTENDO NÍVEIS DE RENDIBILIDADE SUSTENTADOS NUMA OFERTA UNIVERSAL DE PRODUTOS E SERVIÇOS QUE SATISFAÇAM AS NECESSIDADES BANCÁRIAS E FINANCEIRAS DOS MESMOS. VOCACIONADA PARA A CAPTAÇÃO DE POUPANÇAS E PARA O CRÉDITO AOS SEGMENTOS DE PARTICULARES, EMPRESÁRIOS EM NOME INDIVIDUAL, MICROEMPRESAS, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS E À ECONOMIA SOCIAL.**

**COM 21 ANOS DE EXISTÊNCIA, A FUNDAÇÃO ATUA NO SENTIDO DE PROMOVER O MUTUALISMO, A ECONOMIA SOCIAL E TODAS AS MANIFESTAÇÕES DE SOLIDARIEDADE. ASSUME UM PAPEL FUNDAMENTAL NO ESTABELECIMENTO DE PARCERIAS E NA CONCESSÃO DE APOIOS À ECONOMIA SOCIAL E TEM POR VOCAÇÃO E OBJETIVO A SOLIDARIEDADE SOCIAL, ENTENDIDA COMO ATITUDE DE AJUDA EM PROL DA INCLUSÃO, DA COESÃO SOCIAL E DO DESENVOLVIMENTO.**

**UMA DAS MAIORES SEGURADORAS A OPERAR NO PAÍS E DE CAPITAL INTEGRALMENTE NACIONAL. EXERCE A ATIVIDADE DE SEGUROS NÃO VIDA, NOS RAMOS DE ACIDENTES E DOENÇA, SEGURO AUTOMÓVEL, SEGURO MARÍTIMO E TRANSPORTES, SEGURO AÉREO E INCÊNDIO E OUTROS DANOS.**

## VISÃO E ESTRATÉGIA

### ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

#### 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.

#### ESTRATÉGIA

Vetores de atuação para 2016 no âmbito das Linhas de Orientação Estratégica 2016-2018

1. Crescimento sustentado dos associados e das receitas associativas líquidas
2. Melhor adequação das modalidades
3. Desenvolvimento da Oferta: serviços e equipamentos sociais do Grupo
4. Intensificar a vinculação e aprofundar a relação associativa
5. Reforçar a identidade própria e a promoção do mutualismo
6. Desenvolver o modelo de governo e o sistema de controlo interno
7. Continuar a política de cooperação e de intervenção social
8. Ajustar o funcionamento e a organização do grupo
9. Desenvolver o potencial do grupo e assegurar o alinhamento estratégico das suas entidades

### CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

#### VISÃO

Ser um banco...  
... centrado na melhoria do bem-estar das famílias, das necessidades financeiras das PME portuguesas e no apoio à Economia Social  
... competitivo, eficiente e com uma oferta e serviço simples e de confiança...  
... com um modelo de gestão distintivo reconhecido pelos clientes e demais *stakeholders*...  
... assente na tradição, solidariedade e solidez com que foi construído e que sempre o definiram em mais de 170 anos de história.

#### ESTRATÉGIA

Linhas de orientação previstas no Plano Estratégico para o triénio 2016-2018

1. Recuperar o Produto Bancário Core
2. Redimensionar a plataforma operacional e melhorar a eficiência
3. Reforçar a Gestão do Risco
4. Gerir a Liquidez
5. Realizar a Gestão de Talentos
6. Adequar o Capital às necessidades de negócio
7. Consolidar o Modelo de Governo Corporativo

## FUNDAÇÃO MONTEPIO

### 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.

### ESTRATÉGIA

Linhas de Orientação Estratégica definidas para as prioridades de atuação da Fundação:

1. Promover respostas económicas e sociais inovadoras
2. Apoiar a dinamização da cidadania ativa
3. Diversificar geograficamente a intervenção da Fundação
4. Afirmar a identidade da Fundação como protagonista da Responsabilidade Social externa do Grupo

## LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS

### VISÃO

Seguradora portuguesa integrada no grupo Montepio com vista à prossecução dos seus fins, que visa alcançar níveis superiores de rentabilidade e solvabilidade, alicerçada em valores humanistas, parcerias sólidas e uma organização flexível, motivada, de elevada eficiência e qualidade.

### ESTRATÉGIA

Vetores de atuação da estratégia para o triénio 2016-2018

1. Consolidar o crescimento operacional com sustentabilidade
2. Reforçar a qualidade do serviço prestado aos parceiros e clientes
3. Preparar as condições económicas para atingir os objetivos em Solvência II
4. Reforçar as alianças com a rede de mediação e fortalecer as parcerias
5. Intensificar a atividade no canal bancário

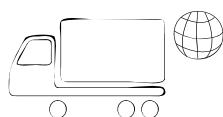
## CADEIA DE FORNECEDORES

Cada vez mais, uma organização é avaliada não só pelos resultados diretos da sua atividade, como pelo seu impacto e criação de valor indireto na sociedade – temas como o emprego indireto criado, o impacto ambiental considerando todo o ciclo dos produtos ou serviços, as condições laborais na cadeia de fornecedores, etc., são cada vez mais alvo de interesse e escrutínio pela sociedade. Por outro lado, na maior parte das situações, o potencial de impacto indireto é significativamente superior ao impacto direto, pelo que uma atuação responsável em toda a cadeia de valor representa uma contribuição muito significativa para o desenvolvimento sustentável da economia como um todo.

### FORNECEDORES

### FORNECEDORES NACIONAIS

1 711

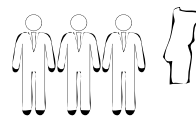


404  
AM + FUNDAÇÃO

1 223  
CEMG

84  
LUSITANIA

96%



100%  
AM + FUNDAÇÃO

96%  
CEMG

93%  
LUSITANIA

**GESTÃO DE FORNECEDORES**

No Grupo Montepio a gestão de fornecedores abrange todas as etapas do ciclo de vida das contratações, desde a homologação dos potenciais fornecedores à sua seleção e avaliação após conclusão do fornecimento de produtos ou serviços.

**HOMOLOGAÇÃO****Questionário**

A gestão de fornecedores tem por base a qualificação/homologação dos mesmos, estando em fase de implementação a aplicação de um questionário de qualificação e a análise das respostas fornecidas.

**CONSULTA AO MERCADO****Crítérios na aquisição de produtos**

- Emissão de CO<sub>2</sub> da Frota Automóvel
- Preocupações sociais na aquisição de fardamento para empregadas de limpeza e vigilantes
- Aquisição de computadores energeticamente eficientes – Selo Energy Star

**GESTÃO DO CONTRATO****Colaboração**

Trabalho em conjunto com fornecedores, de forma a que estes reduzam a utilização de matérias-primas.

**HOMOLOGAÇÃO****REQUISIÇÃO****CONSULTA AO MERCADO****ANÁLISE DAS PROPOSTAS****NEGOCIAÇÃO****ADJUDICAÇÃO****GESTÃO DE CONTRATO****AValiação DOS FORNECEDORES****AValiação DE FORNECEDORES****Crítérios de avaliação de fornecedores**

A avaliação dos fornecedores é um fator crucial na análise de novas aquisições de produtos e serviços, bem como na renovação de acordos de fornecimento/contratos. Deste modo, esta é desenvolvida tendo por base um questionário de avaliação de fornecedores, que inclui os 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.

Está prevista a cessação de relações comerciais com fornecedores que não cumpram os Direitos Humanos ou não respeitem a ética e as questões ambientais.

Reconhecendo esta tendência e a relevância da cadeia de fornecedores, a integração da sustentabilidade na relação com fornecedores é uma das áreas de atuação definidas pelo Grupo Montepio na sua Estratégia de Responsabilidade Social.

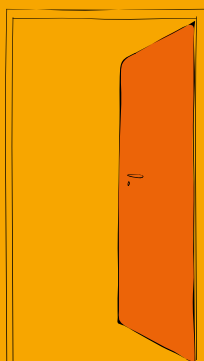
**OBJETIVO** Montepio**AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE**

DISTINGUIR O MONTEPIO PELA INTEGRAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NA RELAÇÃO COM *STAKEHOLDERS*

Integração de requisitos de sustentabilidade na relação com fornecedores (criação de código de conduta para fornecedores, estruturação de procedimentos e critérios e promoção da compra de produtos e serviços energeticamente eficientes e socialmente responsáveis).

# 03.

## Estratégia de Responsabilidade Social



ACREDITAMOS  
QUE PODEMOS

*mudar a vida*



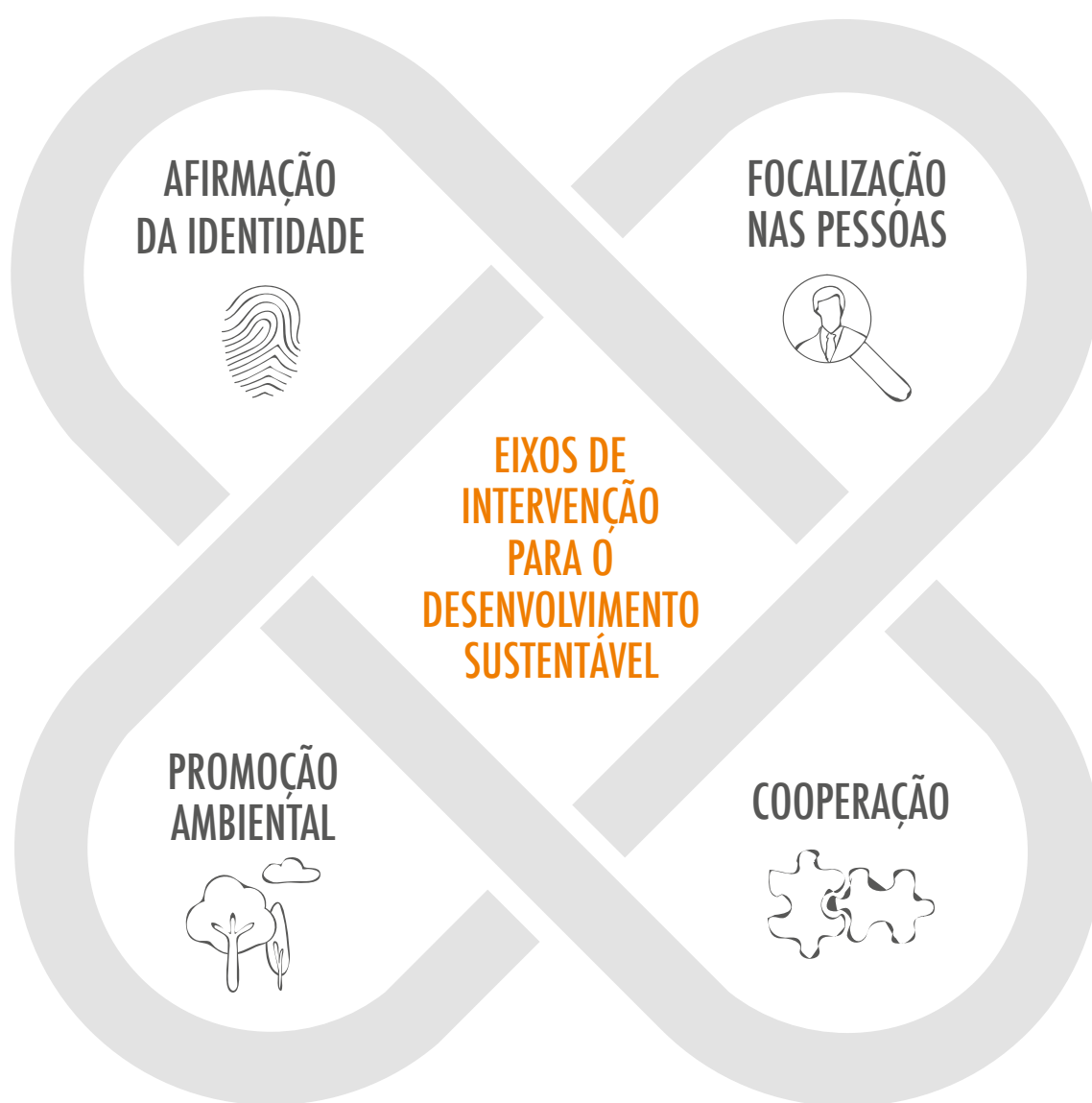
DAS PESSOAS,  
TODOS OS DIAS



## ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Grupo Montepio reconhece a importância da sustentabilidade na atividade de uma organização e no seu desenvolvimento, enquanto vetor de orientação da ação e da inovação, enquanto oportunidade de negócio e enquanto fator de diferenciação.

Para o Grupo, este é um tema intrinsecamente ligado à sua natureza, pois enquanto instituição de economia social coloca o progresso económico ao serviço dos associados, dos clientes e da comunidade. Estes foram os princípios que orientaram a definição e o desenvolvimento da Estratégia de Responsabilidade Social do Grupo Montepio e dos seus quatro eixos de atuação. Para cada eixo de intervenção para o desenvolvimento sustentável foram definidos objetivos estratégicos, ações concretas a desenvolver e metas a alcançar.





## EIXO 1 – AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE

### Consolidar a responsabilidade social do Grupo Montepio e a infungibilidade da sua marca

Objetivos:

1. Promover o crescimento do Montepio como uma das maiores mutualidades da Europa
2. Consolidar a AM como a maior organização da economia social em Portugal
3. Afirmar a Caixa Económica como estrutura da banca ética
4. Distinguir a AM pela integração da sustentabilidade na relação com *stakeholders*

## EIXO 2 – FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

### Manter e reforçar a humanização das relações entre do Grupo Montepio e os seus diversos interlocutores

Objetivos:

5. Aprofundar a gestão de recursos humanos
6. Reforçar a relação com os associados
7. Reforçar a relação com os clientes

## EIXO 3 – COOPERAÇÃO

### Promover a cooperação entre organizações da economia social e garantir uma saudável parceria entre os diversos setores produtivos

Objetivos:

8. Reforçar as relações e a rentabilização de recursos internos
9. Desenvolver uma cartografia da solidariedade
10. Alargar a capilaridade e focalização da intervenção
11. Fortalecer as redes de parceria internas e externas

## EIXO 4 – PROMOÇÃO AMBIENTAL

### Melhorar as práticas em curso e a sensibilização interna em relação ao ambiente

Objetivos:

12. Reduzir a pegada ecológica
13. Promover boas práticas ambientais
14. Incluir a dimensão ambiental na análise de risco
15. Criar produtos amigos do ambiente

Os objetivos assumidos definidos pelo Grupo Montepio no âmbito da sua Estratégia de Responsabilidade Social são mencionados ao longo do Relatório, permitindo uma análise da situação atual e futura relativamente a cada tema de sustentabilidade abordado.

## EIXO DE INTERVENÇÃO



### AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE

## OBJETIVOS/ÁREAS DE ATUAÇÃO

### **Promover o crescimento do Montepio como uma das maiores mutualidades da Europa**

- Dinamização da oferta e celebração de parcerias
- Dinamização associativa
- Conquista do espaço da proteção social complementar
- 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

### **Consolidar a AM como a maior organização da economia social em Portugal**

- 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
- Desenvolvimento e implementação de estratégias de comunicação orientadas à afirmação da marca e dos valores mutualistas, assim como à filiação associativa
- Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira

### **Afirmar a Caixa Económica como estrutura da banca ética**

- Participação em projetos e iniciativas promotoras da criação de um ecossistema de empreendedorismo e investimento social
- Aprofundamento do investimento em microcrédito e apoio ao empreendedorismo social
- Alargamento da penetração no mercado da economia social e clara diferenciação de produtos bancários e seguradores para esta área
- Oferta de produtos com preocupações sociais e indutora de práticas de responsabilidade social nos clientes
- Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira
- Educação financeira em produtos financeiros complexos
- Política de acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida às instalações da CEMG

### **Distinguir o Grupo Montepio pela integração da sustentabilidade na relação com *stakeholders***

- Integração de requisitos de sustentabilidade na relação com fornecedores

## META 2016

- 1 200 parcerias em vigor
- 60 000 novos associados
- 1 000 000€ de apoios e financiamentos concedidos
- 20 projetos inovadores e sustentáveis apoiados
- 120 000 visualizações do portal de educação financeira do Montepio
- Código de ética para fornecedores

## EIXO DE INTERVENÇÃO



### FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

## OBJETIVOS/ÁREAS DE ATUAÇÃO

#### Aprofundar a gestão de recursos humanos

- Promover a gestão e o desenvolvimento do talento, nomeadamente através de uma Academia, do Plano Anual de Talento, do Programa de Voluntariado Corporativo e das Iniciativas de Bem Estar
- Promover uma cultura de mérito e de incentivo, potenciando os instrumentos de avaliação e conselho
- Fomentar uma demografia profissional equilibrada e sustentável
- Potenciar o *Employee branding* do Grupo Montepio

#### Reforçar a relação com os associados

- Realização de ações de dinamização associativa
- Criação de espaços de acesso diferenciador e acessível para associados
- Valorização permanente dos suportes de comunicação
- Condições preferenciais para associados

#### Reforçar a relação com os clientes

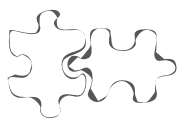
- Incremento do grau de vinculação dos clientes CEMG
- Reforço dos conteúdos de sustentabilidade no site
- Promover a utilização dos canais à distância

## META 2016

- 4,782% de aumento em clientes ativos\*
- Grau de satisfação dos colaboradores acima dos 75%
- Lançamento de Programa *Work Life Balance*
- 200 ações de dinamização associativa
- 7 500 associados envolvidos

\*Entende-se por Cliente Ativo aquele que tenha realizado um movimento, por sua iniciativa, em Conta de Depósito à Ordem nos últimos 12 meses, Movimento Financeiro Alargado >0 (Depósitos + Crédito + Extrapatrimoniais) e Saldo Médio em Conta de Depósito à Ordem < > 0

## EIXO DE INTERVENÇÃO



### COOPERAÇÃO

## OBJETIVOS/ÁREAS DE ATUAÇÃO

### **Reforçar as relações e a rentabilização de recursos internos**

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

### **Desenvolver uma cartografia da solidariedade**

- Levantamento das boas práticas na economia social

### **Alargar a capilaridade e focalização da intervenção**

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

### **Fortalecer as redes de parceria internas e externas**

- Adoção de uma perspectiva de Grupo em matérias de desenvolvimento sustentável
- Alargamento e consolidação das parcerias com entidades congêneres
- Estabelecimento de protocolos de colaboração e parcerias comerciais para promoção do tecido empresarial e da economia social

## META 2016

- 5 projetos apoiados em parceria com outros investidores sociais

## EIXO DE INTERVENÇÃO



### PROMOÇÃO AMBIENTAL

## OBJETIVOS/ÁREAS DE ATUAÇÃO

### **Reduzir a pegada ecológica**

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

### **Promover boas práticas ambientais**

- Lançamento de campanhas internas de sensibilização para a redução do consumo de luz, água, papel
- Prática generalizada de processo de reciclagem de plástico, papel e *tonners*
- Oferta de produtos indutores de boas práticas ambientais

### **Incluir a dimensão ambiental na análise de risco**

- Priorização de projetos validados ambientalmente e indeferimento de projetos tóxicos

### **Criar produtos amigos do ambiente**

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

## META 2016

- 10% de redução no consumo de combustíveis
- 40% de redução do consumo de papel nos serviços centrais e 14% na rede comercial

## MODELO DE GOVERNO

Um dos objetivos perseguidos pelo Grupo tem sido o de desenvolver as estruturas e as políticas de governo específicas de cada uma das organizações abrangidas por este Relatório (AM, CEMG, Fundação e Lusitania). Neste sentido, em 2015 deu-se continuidade à reforma do sistema de governação do Grupo, que determinou a separação dos órgãos de gestão e de controlo das duas entidades, CEMG e AM, dando resposta às recomendações de bom governo emanadas das autoridades e entidades de supervisão e permitindo uma maior especialização das funções de gestão e fiscalização.

### MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

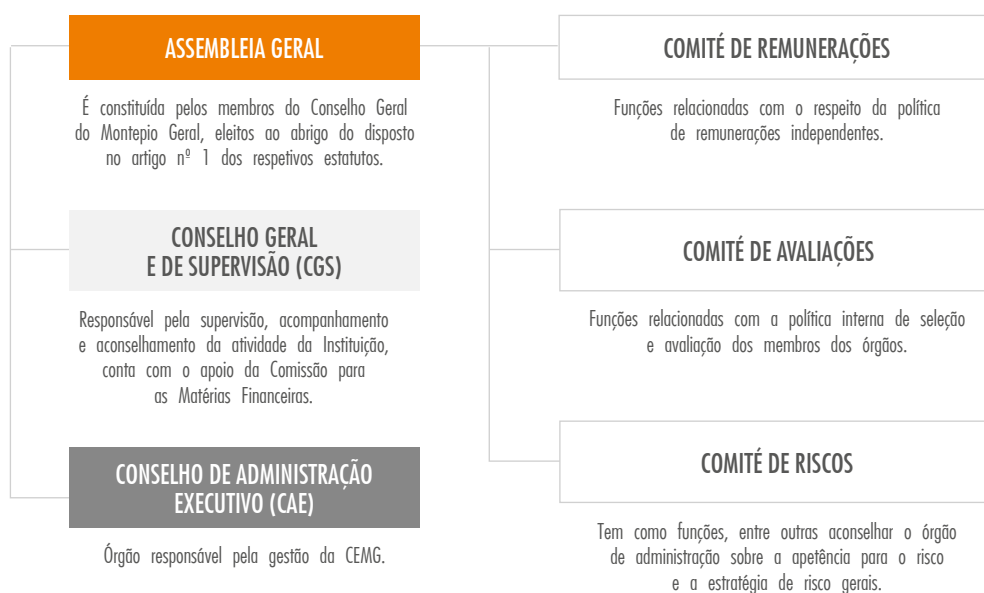


Conforme definido no regime específico das associações mutualistas – Código Mutualista e nos seus estatutos, os membros dos órgãos de governo da AM são eleitos por métodos democráticos, sendo o direito de voto exercido pela atribuição de um voto a cada associado, desde que com mais de dois anos de vida associativa. Os atuais órgãos de gestão foram eleitos em Assembleia Geral no dia 2 de dezembro de 2015, para o triénio 2016-2018.

## CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

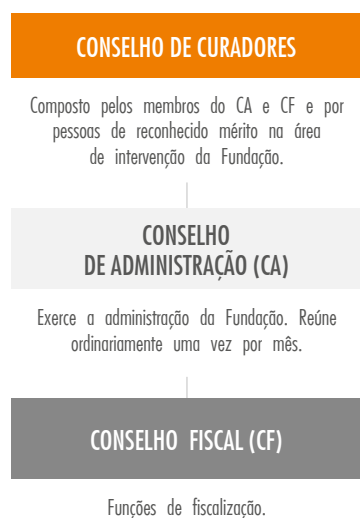
O ano de 2015 ficou marcado pela aprovação da alteração parcial dos estatutos da CEMG e sua ratificação em Assembleia Geral da AM. Assim, os titulares dos órgãos de gestão foram eleitos em Assembleia Geral Extraordinária realizada em 5 de agosto de 2015, para o mandato que termina em 31 de dezembro de 2018.

Outra alteração relevante prende-se com a inclusão de novos órgãos, a saber: Comité de Remunerações, Comité de Avaliações, Comité de Riscos.



## FUNDAÇÃO MONTEPIO

Os titulares dos órgãos sociais da Fundação são pessoas singulares designadas pela AM, por um período de três anos, correspondente ao período de mandato dos seus órgãos sociais.



## LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS

Os órgãos de gestão atuais foram aprovados em AG para o quadriénio 2015-2018.  
Para além do CA, que reúne 1 vez por mês, existe uma Comissão Executiva que reúne semanalmente.



## COMITÉ DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Grupo Montepio, consciente da importância da definição e implementação de uma estratégia de responsabilidade social, criou o Comité de Responsabilidade Social – que inclui a AM, a CEMG e a Fundação Montepio e a Lusitania – Companhia de Seguros – com o principal objetivo de promover a sustentabilidade como motor de progresso global. O Comité de Responsabilidade Social reuniu-se duas vezes em 2014 e sete vezes em 2015, sendo a definição da Estratégia de Responsabilidade Social uma das principais áreas de foco deste Comité. Assim, foram recentemente definidas áreas de atuação e metas no âmbito da Responsabilidade Social que permitirão ao Montepio assegurar a melhoria contínua e acompanhar o seu desempenho a partir da monitorização regular de indicadores chave. Atualmente, o Comité integra responsáveis de áreas da AM e da CEMG, nomeadamente, Planeamento Estratégico, Controlo e Contabilidade, Responsabilidade Social, Dinamização Associativa, *Marketing* de Retalho e de Empresas, Desenvolvimento Organizacional, Central de Compras, Relações Públicas Institucionais, Secretariado Geral, *Compliance*, Provedoria do Cliente, Serviços Partilhados, Risco e Recursos Humanos.

O Plenário do Comité é constituído pelos Conselhos de Administração da AM, CEMG e Lusitania – Companhia de Seguros.

## GESTÃO DE RISCO

Cada uma das empresas do Grupo Montepio dispõe de políticas e processos de identificação, gestão e monitorização do risco, adaptados às especificidades e requisitos de cada atividade. Estes sistemas são particularmente relevantes no caso das atividades da AM, da CEMG e da Lusitania, pelo que detalhamos neste Relatório os procedimentos em vigor nestas instituições do Grupo Montepio.

### MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

A política de investimentos da AM baseia-se em critérios de rigor através de uma seleção ponderada das suas aplicações dentro dos padrões de risco estabelecidos, procurando maximizar a rentabilidade sem afetar a gestão de liquidez e não investindo em entidades ou setores com reputação negativa.

A gestão dos riscos tem como objetivo assegurar uma adequação entre os ativos ao nível da liquidez e da rentabilidade e o perfil das responsabilidades, designadamente maturidades, taxas técnicas, esperança de vida e sinistralidade, permitindo a mitigação dos riscos e sustentando que os compromissos assumidos sejam cumpridos.



## FORMAS DE GESTÃO E CONTROLO DOS RISCOS

### LIQUIDEZ

Construção de perfis de maturidade dos ativos e das responsabilidades, identificando e mensurando eventuais *gaps* que possam vir a ocorrer, antecipando a sua resolução.

### RISCO DE MERCADO

O controlo do risco de mercado da carteira de ativos financeiros tem sido gerido tendo em atenção os fatores que podem exercer pressão nos seus preços, nomeadamente, i) as taxas de juro de mercado, no caso dos títulos de rendimento fixo, ii) as expectativas de evolução das cotações dos títulos no mercado e iii) o risco dos emitentes.

### OUTROS RISCOS

Realização de testes de sensibilidade com a finalidade de determinar o impacto no valor dos ativos financeiros e das responsabilidades resultante de cenários de alterações das taxas de juro de mercado, reembolsos ou mortalidade.

### CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

Em 2015, a CEMG continuou a desenvolver os seus sistemas de controlo interno e a reforçar as capacidades em gestão do risco, como demonstra o reforço dos Comitês de Apoio ao CAE, estruturas sem competências deliberativas, fóruns de acompanhamento e debate e de suporte à tomada de decisão, incluindo na área do risco. O atual modelo de governo da gestão do risco integra os seguintes órgãos e estruturas:

ÓRGÃO/UNIDADE ORGÂNICA	FUNÇÃO
CAE	Responsável pela estratégia e pelas políticas a adotar relativamente à gestão dos riscos.
Conselho Geral e de Supervisão	Acompanhamento e avaliação da atividade da CEMG em matéria de política de monitorização e gestão de riscos.
Comité de Riscos	Assume com independência uma função de acompanhamento do controlo de riscos da instituição. Monitorização da evolução da exposição às diferentes tipologias de risco e análise com vista à melhoria dos processos de gestão de risco.
Comité de Ativos e Passivos ("ALCO")	Emissão de propostas ou recomendações ao CAE tendo em vista a atualização do perfil de risco da CEMG e a fixação de limites para a assunção de riscos, entre outros.
Comité de Controlo Interno	Apoio e aconselhamento ao CAE com vista à otimização do sistema de controlo interno e à melhoria dos níveis de risco operacional.
Comité de Risco	Monitorização da evolução da exposição às diferentes tipologias de risco e análise com vista à promoção da melhoria dos processos.
Comité de Negócio	Avaliação da adequação dos produtos e serviços (novos ou em comercialização) à política de risco em vigor e ao quadro regulamentar.
Comité de Acompanhamento do Fundo de Pensões	Análise e monitorização da gestão do Fundo de Pensões e apresentação de eventuais propostas de alteração à política de gestão em vigor.
Comité de Risco Imobiliário	Acompanhamento da gestão do risco imobiliário e análise com vista à otimização da gestão do risco imobiliário.

**PRINCIPAIS DESENVOLVIMENTOS DA ÁREA DE GESTÃO DE RISCO EM 2015**

- Reforço da uniformização de controlo e políticas de gestão de risco dentro do Grupo CEMG
- Implementação de nova ferramenta informática para projeção de fluxos de caixa do balanço nas óticas de liquidez, de refixação de taxa de juro e de margem financeira
- Reforço da capacidade de acompanhamento preventivo da carteira de crédito, com a implementação de ferramenta de sinais de alerta de degradação de risco dos contratos *performing*
- Melhoria da capacidade de análise do risco de crédito de clientes pertencentes ao Terceiro setor, com implementação de modelo de *rating* interno ajustado à natureza das entidades que operam neste segmento.

Os principais riscos financeiros e não financeiros da atividade da CEMG são: crédito (por incapacidade quer do tomador do empréstimo, do emissor de um título ou da contraparte de um contrato em cumprir com as suas obrigações), mercado (resultado de alterações de taxas de juro e de taxas de câmbio e/ou dos preços dos diferentes instrumentos financeiros de uma carteira), liquidez, imobiliário (resultado de oscilações no preço de mercado dos bens imobiliários) e operacional (resultante de falhas ou inadequações nos processos internos, nas pessoas ou nos sistemas ou ainda resultantes de eventos externos).

O sistema de monitorização e acompanhamento de riscos da CEMG reconhece ainda outros riscos não financeiros relevantes para atividade da CEMG, sendo de destacar o risco reputacional, o risco legal e o risco de sistemas de informação.

A integração de aspetos ambientais e sociais na avaliação de risco é um dos desafios do Grupo Montepio, sendo esta uma das áreas de atuação definidas na Estratégia de Responsabilidade Social.

## OBJETIVO *Montepio*

**PROMOÇÃO AMBIENTAL**

INCLUIR A DIMENSÃO AMBIENTAL NA ANÁLISE DE RISCO

Priorização de projetos validados ambientalmente e indeferimento de projetos tóxicos.

**LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS**

Em 2015, a Lusitania manteve o ritmo de implementação do Plano Diretor para a Gestão Integrada de Riscos e Solvência II. Desenvolveu e fortaleceu os seus Sistemas de Gestão de Risco e de Controlo Interno. Atualmente as principais responsabilidades do processo são asseguradas pelos seguintes intervenientes:

- **Conselho de Administração/Comissão Executiva:** Responsável pela estratégia e pela Política de Gestão de Risco a adotar pela Companhia.
- **Comité de Risco:** Analisar e propor alterações na Gestão de Riscos e na Política de Gestão de Risco.
- **Gestão de Risco:** Propor a Política de Gestão de Risco e os métodos e procedimentos de mensuração dos riscos. Monitorizar resultados e reportá-los ao Comité de Risco e Comissão Executiva e analisar e identificar as medidas de mitigação e/ou correção dos desvios face aos limites e níveis de tolerância de risco.
- **Auditoria Interna:** Assegurar a existência de um adequado ambiente de controlo interno e avaliar a qualidade e a adequação de procedimentos, metodologias e técnicas utilizadas na definição e na monitorização dos riscos.
- **Compliance:** Assegurar o cumprimento da regulamentação externa e interna na definição dos riscos e no cumprimento da Política de Gestão de Risco.

#### PRINCIPAIS DESENVOLVIMENTOS DA ÁREA DE GESTÃO DE RISCO EM 2015

- Início dos trabalho de desenvolvimento e implementação da solução informática que dará suporte ao reporte regulamentar
- Adequação do modelo de governação, com a definição das políticas de gestão de risco de acordo com a Diretiva de Solvência II e com as orientações da EIOPA – *European Insurance and Occupational Pensions Authority*
- Desenvolvimento e realização do exercício de Autoavaliação dos Riscos e da Solvência (ORSA)
- Monitorização e acompanhamento da implementação das recomendações do Auditor Externo, no âmbito dos sistemas de Gestão de Risco e de Controlo Interno.

Os principais riscos a que a Lusitania se encontra exposta são os seguintes:

CATEGORIA	DEFINIÇÃO
Risco Estratégico	Risco do impacto atual e futuro nos proveitos ou capital que resulta de decisões de negócio inadequadas quanto aos objetivos estratégicos da empresa, às estratégias de negócio desenvolvidas para atingir esses objetivos, bem como da implementação imprópria de decisões, insuficiência de recursos ou falta de capacidade de resposta às alterações em termos económicos, tecnológicos, competitivos, regulatórios ou a outras alterações ocorridas no mercado.
Risco de Reputação	Risco da empresa incorrer em perdas resultantes da deterioração da sua reputação ou posição no mercado devido a uma perceção negativa da sua imagem entre os Clientes, contrapartes, acionistas ou autoridades de supervisão, assim como do público em geral. Este risco surge como consequência da ocorrência de outros riscos e não tanto como um risco autónomo.
Risco Específico Seguro	Risco inerente à comercialização de contratos de seguro, associado ao desenho de produtos e respetiva tarifação, ao processo de subscrição e de provisionamento das responsabilidades e à gestão dos sinistros e do resseguro.
Risco de Mercado	Risco de movimentos adversos no valor de ativos da empresa relacionados com variações dos mercados de capitais, dos mercados cambiais, das taxas de juro e do valor do imobiliário. Este risco inclui também os riscos associados ao uso de instrumentos financeiros derivados e está fortemente relacionado com o risco de <i>mismatching</i> entre ativos e responsabilidades.
Risco de Crédito	Risco de incumprimento ( <i>default</i> ) ou de alteração na qualidade creditícia dos emitentes de valores mobiliários aos quais a empresa está exposta, bem como dos devedores, prestatários, mediadores, tomadores de seguro e resseguradores que com ele se relacionem.
Risco de Liquidez	Risco que advém da possibilidade da empresa não deter os ativos com liquidez suficiente para fazer face aos requisitos de fluxos monetários necessários ao cumprimento das obrigações para com os tomadores de seguros e outros credores à medida que eles se vencem.
Risco Operacional	Risco de perdas resultantes da inadequação ou falha nos procedimentos internos, pessoas, sistemas ou eventos externos. Está associado às perdas originadas nas operações diárias da empresa.

## ÉTICA E INTEGRIDADE

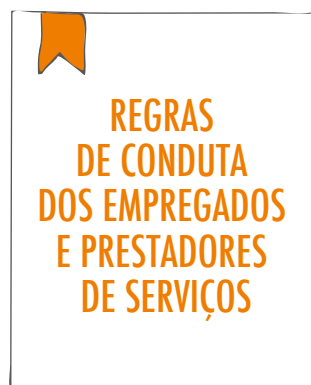
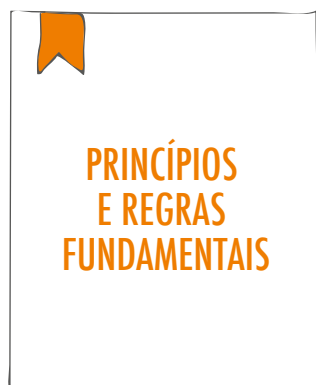
O Montepio, orientado para a afirmação dos seus valores e para a idoneidade da sua marca – uma instituição sólida, ética, humana, financeiramente responsável, resiliente na história, socialmente preocupada, solidariamente atenta e culturalmente ativa – vai além das disposições legais, estatutárias e regulamentares, regendo todas as suas atividades pelo cumprimento das deliberações dos órgãos sociais, das normas internas, das regras de conduta e normas deontológicas.

### CÓDIGO DE CONDUTA DA CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

O Código de Conduta do Montepio tem por objetivo definir os princípios e as normas a que devem obedecer as práticas de bom governo das empresas, para que possam cumprir com os seus objetivos e satisfazer os seus fins sociais e encontra-se estruturado em duas partes

- 1 Trata dos órgãos de governo (Assembleia Geral, Conselho de Administração, Conselho Fiscal e Comissões e Comitês permanentes) e das regras de conduta que neles devem ser observadas.
- 2 Trata 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.

As regras do Código de Conduta da CEMG não são formuladas como comandos, mas como explicitações de princípios ou orientações de atuação:



- Responsabilidade
- Prudência
- Legitimidade
- Transparência



- Satisfação dos interesses dos associados
- Cumprimento rigoroso das normas que regem a atividade
- Respeito pela comunidade
- Desenvolvimento harmónico do conjunto das participadas
- Respeito pelos direitos dos colaboradores
- Correção na política de comunicação
- Propriedade e direitos de terceiros
- Recusa de todas as formas de corrupção
- Respeito pelos direitos humanos e ambiente

### **CÓDIGO DE ÉTICA LUSITANIA**

O quadro legal que rege a atividade da Lusitania obriga a estabelecer e monitorizar o cumprimento de códigos de conduta que estabeleçam linhas de orientação em matéria de ética profissional, incluindo princípios para a gestão de conflitos de interesses, aplicáveis aos membros dos órgãos de administração e de fiscalização, aos responsáveis por funções-chave e demais trabalhadores e colaboradores.

A Lusitania redigiu o seu Código de Ética, que define os princípios e as regras a observar pela Companhia, sem prejuízo de outras disposições legais ou regulamentares aplicáveis a que, por inerência do exercício das suas funções, se encontre obrigada.

**MAIS INFO EM...**  
[Lusitania.pt/codigo-de-etica](http://Lusitania.pt/codigo-de-etica)

# 04.

Envolvimento com *stakeholders*





FAZEMOS  
DOS NOSSOS  
*parceiros aliados*  
DE UMA ECONOMIA  
DE CAUSAS



## ENVOLVIMENTO COM *STAKEHOLDERS*

O Grupo Montepio, visando a compreensão das expectativas e preocupações dos seus *stakeholders* e consciente da importância que as mesmas têm para o bom funcionamento das suas atividades, mantém um diálogo permanente com as entidades e pessoas que constituem as suas partes interessadas. Nesse sentido, a AM, a CEMG, a Fundação e a Lusitania, reconhecendo este envolvimento como uma das ações que sustenta a responsabilidade social e promove a criação de valor, dispõem de diferentes formas e mecanismos de comunicação com os seus *stakeholders*. Através destes mecanismos, o Grupo incorpora nos seus compromissos, ações e políticas corporativas, todas as questões emergentes que sejam identificadas pelas suas partes interessadas.

### MANTENDO E REFORÇANDO OS CANAIS DE ENVOLVIMENTO COM OS PRINCIPAIS GRUPOS DE *STAKEHOLDERS*





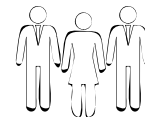
## ASSOCIADOS

- 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 DE NEGÓCIOS

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



## GOVERNO

- Reuniões periódicas
- Reportes obrigatórios
- Relatório e Contas



## PARCEIROS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

- Brochura Institucional da Fundação
- Website
- Seminários e conferências
- Relatórios e Contas
- Reuniões periódicas



O Grupo Montepio considerou fundamental reforçar as ligações com os *stakeholders* chave, em particular no âmbito da Sustentabilidade, pelo que na Estratégia de Responsabilidade Social foram definidos objetivos neste domínio.

## OBJETIVO Montepio

### AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE

DISTINGUIR O GRUPO MONTEPIO PELA INTEGRAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NA RELAÇÃO COM *STAKEHOLDERS*

- Integrar requisitos de sustentabilidade na relação com fornecedores

### FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

APROFUNDAR A GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

- Promover a gestão e o desenvolvimento do talento, nomeadamente através de uma Academia, do Plano Anual de Talento, do Programa de Voluntariado Corporativo e das Iniciativas de Bem Estar
- Promover uma cultura de mérito e de incentivo, potenciando os instrumentos de avaliação e conselho
- Fomentar uma demografia profissional equilibrada e sustentável
- Potenciar o Employee branding do Montepio

### REFORÇAR A RELAÇÃO COM OS ASSOCIADOS

- Realizar ações de dinamização associativa
- Criar espaços de acesso diferenciador e acessível para associados
- Valorizar de modo permanente os suportes de comunicação
- Atribuir condições preferenciais para associados

### REFORÇAR A RELAÇÃO COM OS CLIENTES

- Incrementar o grau de vinculação dos clientes CEMG
- Reforçar os conteúdos de sustentabilidade no *site*
- Utilizar os canais

## AUSCULTAÇÃO DE *STAKEHOLDERS*

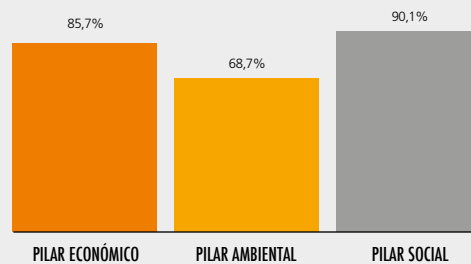
Para conhecer e compreender as expetativas e preocupações dos seus *stakeholders* em matéria de sustentabilidade, de forma a assegurar a integração das mesmas na Estratégia de Responsabilidade Social e no Relatório de Sustentabilidade do Grupo, efetua consultas regulares a *stakeholders*. Em 2016, foram envolvidos pela primeira vez os *stakeholders* da Lusitania, tendo os resultados desta auscultação sido integrados nos resultados da consulta efetuada em 2015 aos *stakeholders* da AM, CEMG e Fundação e servido de base à definição da matriz de materialidade considerada neste Relatório.

## PRINCIPAIS RESULTADOS

### 1. DESEMPENHO DE SUSTENTABILIDADE

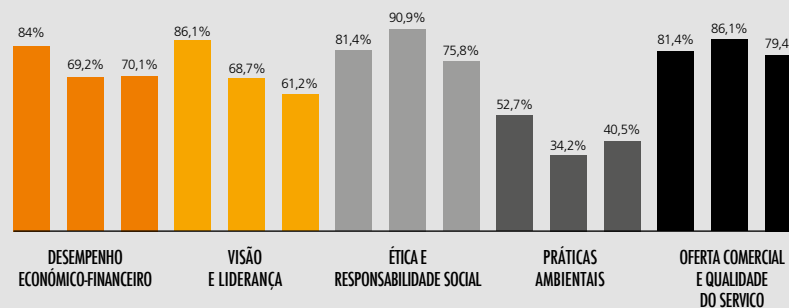
Os *stakeholders* consideram que as empresas do Grupo apresentam uma visão clara das suas responsabilidades em cada pilar.

O Pilar Ambiental é aquele em que o Grupo Montepio é menos reconhecido.



### 2. REPUTAÇÃO E IMAGEM

Os temas relacionados com as práticas ambientais e com visão e liderança são os que apresentam resultados menos positivos



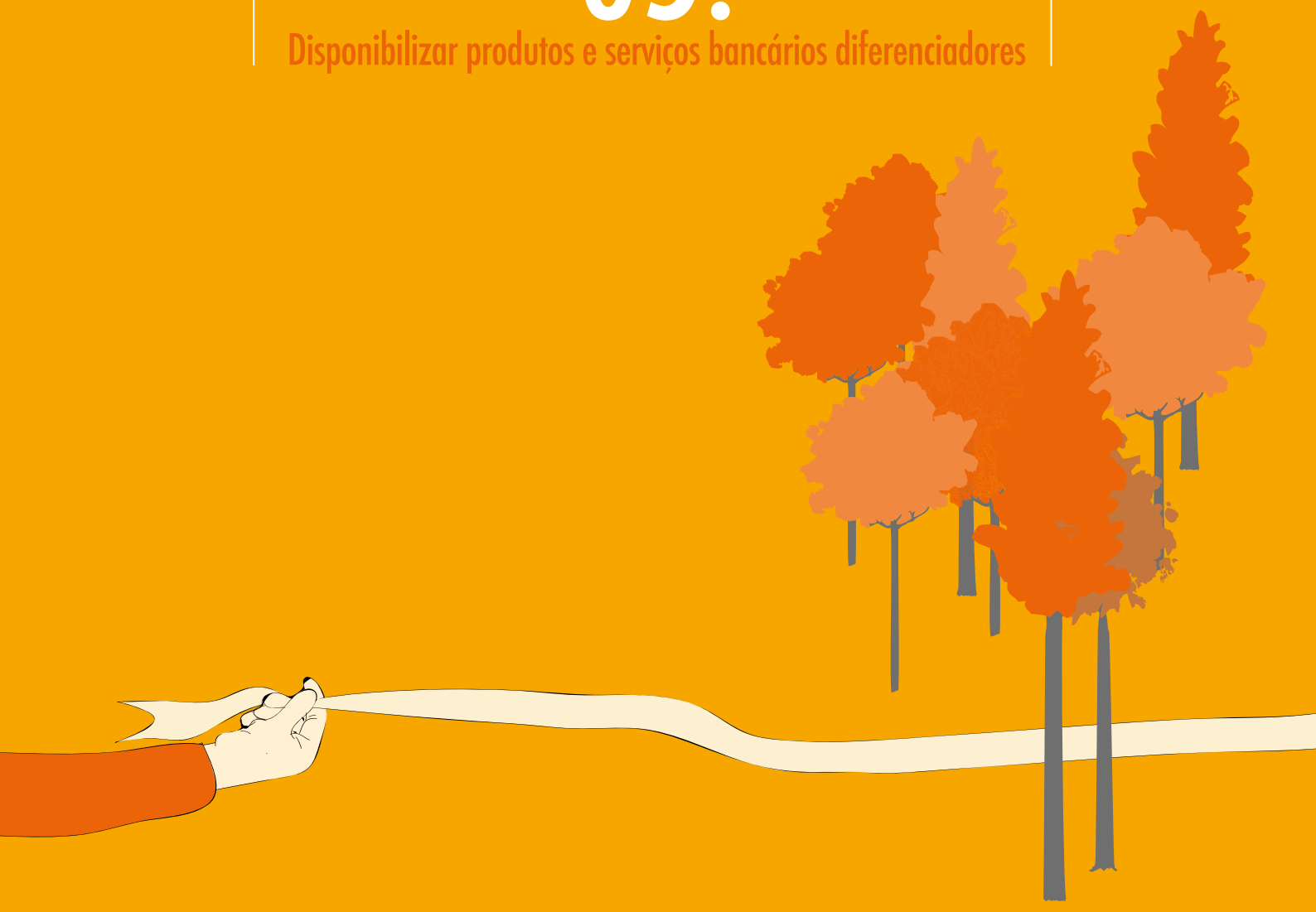
### 3. TEMAS RELEVANTES

Os resultados da auscultação permitem a identificação dos temas mais relevantes para os *stakeholders* – a inclusão da Lusitania não altera de forma significativa esta análise.

Ética e Integridade	Estratégia corporativa de responsabilidade
Qualidade do serviço e satisfação dos associados e dos clientes	Acessibilidade (física e tecnológica)
Desenvolvimento do capital humano	Inovação e produtos e serviços focados nas necessidades
Desempenho económico e criação de valor	Gestão de Risco
Práticas de combate à corrupção e branqueamento de capitais	Envolvimento com <i>stakeholders</i>

05.

Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores



TRANSFORMAMOS  
A VIDA DOS  
NOSSOS  
CLIENTES,  
DE MÃOS DADAS  
*com a inovação*



## DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS DIFERENCIADORES

O ano de 2015 ficou marcado por um contexto desafiante para o setor financeiro português, que exigiu respostas às questões cruciais levantadas pelo aumento da pressão sobre a rentabilidade das instituições de crédito (acentuada pela manutenção de níveis mínimos históricos nas taxas de juro), pela necessidade de assegurar a confiança no sistema financeiro e ainda pelas exigências regulamentares crescentes da supervisão bancária.

Neste cenário, a CEMG posicionou-se estrategicamente, definindo uma orientação que visa um crescimento sustentável, assente na diferenciação dos demais parceiros do mercado e centrada na recuperação do produto bancário *core*. Prosseguiu uma estratégia de mitigação de riscos, traduzindo-se na diversificação da atividade comercial, dando continuidade ao ajustamento do seu posicionamento estratégico, suportado na solidez e solidariedade, de modo a acomodar a sua abordagem de mercado ao novo enquadramento económico.

### criação e distribuição de valor (em milhares de euros)

		2013	2014	2015
VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO	Produto Bancário	377 677	784 499	455 474
	Provedores de capitais	0	0	0
	Governo	9 469	18 190	-1 490
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO	Fornecedores	109 926	120 494	128 690
	Colaboradores	196 834	194 153	204 093
	Comunidade	1 789	1 559	1 144
VALOR ECONÓMICO ACUMULADO		59 659	450 103	123 037

A evolução no produto bancário reflete o menor contributo dos resultados gerados com a venda da carteira de dívida pública portuguesa, face ao ano anterior, sem o qual o produto bancário se teria mantido estável, apresentando uma variação nula face a 2014.

### EVOLUÇÃO DE DEPÓSITOS E CRÉDITO CONCEDIDO (em milhares de euros)

	2014	2015	Variação
<b>DEPÓSITOS</b>	14 314 659	12 969 431	- 9,4%
Depósitos de Particulares	9 929 701	9 794 095	-1,4%
Depósitos de Empresas e Institucionais	4 384 958	3 175 336	-27,6%
<b>CRÉDITO</b>	16 612 095	15 944 015	-4,0%
Particulares	9 191 357	8 790 208	-4,4%
Empresas	7 420 738	7 153 807	-3,6%

NO FINAL DE 2015, O MONTEPIO DETINHA:

**139 744**  
Clientes Empresa  
+2,81% que em 2014

**1 369 728**  
Clientes Particulares  
+0,02% que em 2014

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

### OBJETIVO Montepio

#### AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE

AFIRMAR A CAIXA ECONÓMICA COMO ESTRUTURA DA BANCA ÉTICA

- Participação em projetos e iniciativas promotoras da criação de um ecossistema de empreendedorismo e investimento social
- Aprofundamento do investimento em microcrédito e apoio ao empreendedorismo social
- Alargamento da penetração no mercado da economia social e clara diferenciação de produtos bancários e seguradores para esta área
- Oferta de produtos com preocupações sociais e indutora de práticas de responsabilidade social nos clientes
- Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira
- Educação financeira em produtos financeiros complexos
- Política de acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida às instalações da CEMG

Na sua Estratégia de Responsabilidade Social e em alinhamento com a sua missão, a CEMG definiu como objetivo afirmar-se como estrutura de banca ética, tendo definido diversas linhas de atuação para a implementação desta estratégia. Neste contexto, a CEMG disponibiliza aos seus clientes soluções bancárias diversas, que contribuem para dar resposta a alguns dos grandes desafios da sociedade – emprego, saúde, educação, alterações climáticas, entre outros.

BANCA DE PARTICULARES Foco na promoção da poupança e na oferta de soluções orientadas para necessidades sociais e ambientais	BANCA DE EMPRESAS Posicionamento como parceiro do segmento empresarial nas áreas do investimento, exportação e empreendedorismo	BANCA PARA A ECONOMIA SOCIAL Visa reforçar a sustentabilidade das organizações da Economia Social
Soluções de inclusão financeira	Soluções de apoio ao Segmento Empresarial – Negócios, PME e Corporate – e à sua Internacionalização	Soluções Montepio Setor Social
Soluções de promoção da poupança	Soluções de apoio ao empreendedorismo e microcrédito	Soluções TIC de apoio à melhoria e competitividade
Solução de apoio ao desporto	 Crédito Energias Renováveis e Eficiência Energética	Soluções para a modernização da frota automóvel
Soluções de apoio à educação	 Montepio Mobilidade Elétrica Auto	Soluções de apoio ao investimento
Soluções residentes no estrangeiro	-	
Soluções da promoção de saúde e bem-estar	-	
Crédito à habitação	-	-
Soluções de promoção do desenvolvimento sustentável		
Documentação digital		
 Crédito Energias Renováveis	-	-

## BANCA DE PARTICULARES

Em 2015, a CEMG prosseguiu com a estratégia para o segmento de clientes particulares, privilegiando a poupança das famílias através da captação e retenção de recursos com maturidades e características diversificadas, através da disponibilização de Soluções Montepio, dirigidas a clientes particulares com diferentes perfis de necessidades bancárias. No âmbito da oferta de natureza sustentável, a CEMG continuou a disponibilizar produtos bancários com orientação para necessidades sociais e ambientais, nomeadamente soluções de inclusão financeira, de promoção da poupança, de apoio à educação, de promoção do desporto e saúde, bem como soluções dedicadas às necessidades de residentes no estrangeiro.

### SOLUÇÕES DE INCLUSÃO FINANCEIRA

A CEMG disponibilizou um conjunto de produtos de inclusão financeira, dirigidos a determinados segmentos e adaptados às suas necessidades específicas. Destacam-se algumas das soluções de inclusão financeira, nomeadamente:

#### SOLUÇÃO

#### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

##### Conta de Serviços Mínimos Bancários

Inclui os serviços relativos à constituição, manutenção, gestão e titularidade da conta de depósito à ordem, o depósito e levantamento em numerário ao balcão, as transferências intrabancárias nacionais, débitos diretos, o cartão de débito (Cartão Portugal), a utilização do Serviço Montepio 24, as caixas automáticas e caderneta.

No final de 2015, encontravam-se ativas 1 620 contas de Serviços Mínimos Bancários.

Esta conta tem por objetivo garantir o acesso aos serviços mínimos bancários regulamentados pelo Decreto-Lei 27-C/2000, de 10 de março, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 225/2012, de 17 de outubro.

As comissões e despesas associadas à prestação de serviços mínimos bancários não poderão exceder o montante anual equivalente a 1% da remuneração mínima mensal garantida.

##### Crédito à Habitação para pessoas com deficiência

Crédito à Habitação para pessoas com deficiência (deficientes civis e deficientes das Forças Armadas) em regime de crédito bonificado.

Em 2015, foi concedido crédito no montante de 6 milhões de euros ao abrigo deste produto.

##### Linha de Crédito Montepio Mais Mobilidade

Para os clientes com mobilidade condicionada, a CEMG disponibilizou a Linha de Crédito Montepio Mais Mobilidade, que surge de uma parceria entre a CEMG e a Mobilidade Positiva – Sociedade Portuguesa para a Mobilidade, Lda com o objetivo de apoiar a realização de obras de adaptação de residências e postos de trabalho, bem como aquisição de veículos e equipamentos, que facilitem a acessibilidade e mobilidade.

##### Montepio Especial Jovem Poupança

Para os jovens, a CEMG disponibiliza um depósito a prazo para jovens até aos 30 anos de idade, que pode ser constituído a partir de 125 euros e que admite reforços em qualquer momento.



## SOLUÇÕES DE PROMOÇÃO DA POUPANÇA

A CEMG disponibilizou um conjunto de produtos de poupança, entre os quais depósitos a prazo que promovem a poupança de forma adaptada às diferentes necessidades das fases de vida dos clientes. Destaca-se algumas das soluções de promoção de hábitos de poupança para jovens e crianças, nomeadamente:

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

**Montepio Mini Super Poupança, Montepio Fun Poupança e Montepio Futuro**

Destinado a crianças e jovens com idade até aos 6 anos, dos 7 aos 12 anos e dos 13 aos 17 anos, respetivamente.

**Montepio Poupança Ativa**

Depósito destinado a clientes que pretendam constituir uma poupança com base em entregas mensais programadas.

**Montepio Especial Jovem**

Conta à ordem destinada a jovens entre os 18 e 30 anos de idade, com montante de abertura mínimo de 25 euros e isenção de comissão de manutenção.

## SOLUÇÕES DE APOIO AO DESPORTO

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

**Solução Montepio RUNNER**

Permite aos clientes o acesso a um conjunto de vantagens em produtos financeiros para a gestão do seu dia-a-dia, mas também vantagens em serviços não financeiros, ligados à área do desporto (2 662 soluções).

## SOLUÇÕES DE APOIO À EDUCAÇÃO

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

**Linha de Crédito para Estudantes do Ensino Superior com Garantia Mútua**

Linha de apoio às famílias com despesas destinadas à educação/formação.

Em 2015, a CEMG concedeu crédito ao abrigo desta linha no valor total de cerca de 482 milhares de euros.

## SOLUÇÕES DE PROMOÇÃO DA SAÚDE E BEM-ESTAR

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

**Crédito Saúde**

Crédito individual a partir do qual os clientes podem beneficiar de um período de carência, até 24 meses, com uma taxa de juro reduzida, mediante a apresentação de documento comprovativo das despesas a efetuar.

**Cartão Pré-Pago Fundação Nossa Senhora do Bom Sucesso**

Em 2015, para além de vários cartões bancários com vantagens na área da saúde, a CEMG desenvolveu também o cartão pré-pago Fundação Nossa Senhora do Bom Sucesso – que permite realizar carregamentos com os montantes pretendidos e usufruir de um conjunto de serviços de acompanhamento médico na Fundação com condições preferenciais.

## CRÉDITO À HABITAÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

No âmbito do crédito habitação, a CEMG manteve soluções para diferentes finalidades, como sejam aquisição, construção, obras ou transferência, tendo também à disposição uma seleção de imóveis em carteira, para compra, arrendamento ou troca de casa com condições diferenciadas, as quais podem ser consultadas no Portal de Imóveis Montepio.

## SOLUÇÕES RESIDENTES NO ESTRANGEIRO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

A CEMG disponibiliza através dos seus escritórios de representação uma oferta diversificada para os clientes residentes no estrangeiro, desde serviços como o Serviço Montepio24 e a documentação digital, às soluções de poupança, de crédito à habitação, automóvel ou individual, e às soluções para facilitar pagamentos como, por exemplo, o Cartão Pré-Pago Montepio.

## SOLUÇÕES DE PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

**Depósito "Montepio Europa Sustentável – Junho 2015"**

Em 2015, a CEMG lançou este produto, um depósito indexado a 30 meses, não mobilizável antecipadamente e com remuneração variável indexada à variação do índice Finvex Sustainable & Efficient Europe 30, um índice composto por ações de empresas reconhecidas por boas práticas de gestão e de responsabilidade social e ambiental.

## CRÉDITO ENERGIAS RENOVÁVEIS

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

**Linha de Crédito Montepio Energias Renováveis**

Linha de crédito para apoio na aquisição e instalação de equipamentos que utilizam energias renováveis e alternativas.

Em 2015, a CEMG concedeu 118 milhares de euros em crédito ao abrigo desta linha.

## BANCA DE EMPRESAS

Na prossecução do objetivo estratégico da CEMG se posicionar como parceira das empresas, em 2015 foi criada a Direção de Marketing de Empresas, com a missão de desenvolver e implementar soluções específicas para apoiar o crescimento do negócio das empresas, procurando oportunidades de mercado, detetando e satisfazendo necessidades de clientes e potenciais clientes e promovendo a oferta de produtos e serviços de valor reconhecido por clientes e outros grupos de *stakeholders*.

Neste sentido, a estratégia de marketing para empresas seguiu assentou nas seguintes linhas de atuação prioritárias:

**APOIO AO SEGMENTO  
EMPRESARIAL (NEGÓCIOS,  
PME E CORPORATE) E À SUA  
INTERNACIONALIZAÇÃO**

**APOIO AO  
EMPREENDEDORISMO  
E AO MICROCRÉDITO**

**APOIO AO SETOR  
SOCIAL DA ECONOMIA**

## APOIO AO SEGMENTO EMPRESARIAL E À SUA INTERNACIONALIZAÇÃO

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

<b>Oferta Montepio Crescimento 2020</b>	Solução assente na estratégica nacional Portugal 2020, dirigida a empresas, empresários e outras entidades, com ou sem fins lucrativos, que acompanha os clientes da ideia do negócio à expansão do investimento ou à procura de novos mercados para crescer, independentemente da dimensão ou setor de atividade.
<b>Linha de Crédito PME Crescimento 2015</b>	Apoio ao reforço dos capitais permanentes e do fundo de maneio, satisfação das necessidades de tesouraria das empresas exportadoras, e apoio à criação de PME ou grupos de PME de média dimensão, através do financiamento da aquisição de partes sociais de empresas.
<b>Linha para Apoio à Revitalização Empresarial</b>	Acesso ao crédito em condições mais favoráveis por parte de empresas que desenvolveram com sucesso processos de revitalização/reestruturação, nomeadamente através do SIREVE (Sistema de Recuperação de Empresas por Via Extrajudicial) ou do PER (Processo Especial de Revitalização) e que empreendem novos ciclos de expansão e crescimento.
<b>Linha de Crédito BEI 2015</b>	Refinanciamento de empréstimos concedidos pela CEMG, em Portugal ou noutros países da União Europeia, abrangendo diversos setores da economia e vários segmentos de mercado.  Associado a novo contrato de financiamento entre a CEMG e o Banco Europeu de Investimento (BEI), no valor de 200 milhões de Euros, destinado a financiar investimentos desenvolvidos por PME, <i>small caps</i> , e outras entidades públicas e privadas.
<b>Linha de Crédito para as Empresas com processo de internacionalização em Angola</b>	Linha com o apoio do IAPMEI destinada a empresas com exportações ou processo de internacionalização para o mercado angolano, garantindo o apoio à gestão de tesouraria.
<b>Linha de Crédito de Apoio aos Produtores de Leite de Vaca e Suínos</b>	Destinada a entidades ligadas à produção de leite de vaca cru e de suínos, que foram afetados pelo fim do regime das quotas leiteiras, o embargo russo a produtos alimentares europeus, a redução no consumo de leite no mercado nacional e ainda o aumento da produção de leite noutras regiões do mundo.
<b>Linha de Crédito Comércio Investe</b>	Financiamento de projetos de modernização do setor do comércio aprovados na Medida Comércio Investe.

## SOLUÇÃO

## DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

<b>Oferta Montepio Óticas</b>	Lançada em 2015, em colaboração com a F3M Information Systems, para responder de forma diferenciada às empresas que desenvolvem negócio no segmento ótico – laboratórios, distribuidores e óticas.
<b>Linha de Crédito PRODER e PROMAR</b>	Com um montante global até 125 milhões de euros, esta linha apoia projetos de investimento no setor primário visando proporcionar um efetivo apoio ao desenvolvimento da agricultura, pescas e do setor agroalimentar.
<b>Solução Montepio Oferta Mar</b>	Soluções bancárias para empresas que desenvolvem o seu negócio nos setores de atividade relacionados com as atividades marítimas, nomeadamente com o transporte marítimo.
<b>Solução Montepio Oferta Agricultura</b>	Produtos e serviços financeiros destinados às especificidades dos negócios agrícolas e agroalimentares.
<b>Linha de Apoio à Revitalização do Setor do Turismo no Concelho de Albufeira</b>	Apoia a recuperação das empresas do setor do turismo afetadas pelas intempéries ocorridas no final de 2015 no Concelho de Albufeira no âmbito da requalificação dos estabelecimentos.
<b>Linha de Crédito Mezzanine Financing IFD 2015</b>	Tem como objetivo promover a capitalização de empresas que prossigam estratégias de crescimento, através da dinamização de produtos de <i>mezzanine financing</i> , conferindo às empresas beneficiárias uma maior estabilidade dos fundos que lhes são disponibilizados.
<b>Linhas de crédito regionais</b>	Soluções bancárias de financiamento específicas para as necessidades da Região Autónoma dos Açores.

### DESTACA-SE AINDA A PRESENÇA EM EVENTOS ORIENTADOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO ECOSISTEMA

- Salão Internacional do Sector Alimentar e Bebidas – SISAB 2015
- I Fórum Exportador – Conselho Empresarial do Ave e do Cávado (CEDRAC)
- Roadshow Portugal Global
- 1.º Encontro Empresarial Moçambique – Portugal
- Feira Nacional de Agricultura
- 2.º Encontro de Colaboração com a Embaixada do Peru e a Casa da América Latina.

### APOIO AO EMPREENDEDORISMO E MICROCRÉDITO

Numa época marcada pela continuidade das desigualdades sociais financeira, a CEMG manteve a sua atividade de financiamento de montantes reduzidos a empreendedores com ideias de negócio sustentáveis, continuando assim a contribuir para a criação de emprego, autonomia financeira e combate à exclusão social.

O ano de 2015 permitiu à CEMG consolidar o seu posicionamento na área do empreendedorismo, tanto através da oferta comercial dedicada, como pela participação ativa em dinâmicas de desenvolvimento de ideias, projetos e negócios de cariz inovador, e uma política de apoios e patrocínios orientada para o estímulo do espírito empreendedor da sociedade portuguesa.

As soluções de Microcrédito da CEMG apresentam dois fatores distintivos – a existência de gestores especializados, que acompanham os empreendedores desde a fase embrionária da ideia de negócio, e de tutores de proximidade na elaboração dos planos de negócio e no acompanhamento da primeira fase de implementação dos projetos.

O modelo de Microcrédito da CEMG é inovador uma vez que assenta no estabelecimento de um conjunto de parcerias com organizações de âmbito nacional, distrital e local, que se distinguem pela experiência no domínio do empreendedorismo social e da partilha do risco.

## SOLUÇÃO

## DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

### Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego (PAECE)

Protocolo estabelecido com o Instituto de Emprego e Formação Profissional, IP (IEFP) e as Sociedades de Garantia Mútua, programa consubstanciado nas linhas de crédito Microinvest e Invest+.

Segundos dados de novembro de 2015, o Montepio ocupou a primeira posição em termos de quota de mercado da Linha Microinvest, com 5,1 milhões de euros enquadrados, e a terceira posição em termos de quota de mercado da Linha Invest+, traduzindo-se em 14,1 milhões de euros de montantes enquadrados.

Em 2015, foram concedidos mais de 4 milhões de euros de crédito.

### Montepio Startup

Soluções e serviços integrados de apoio ao empreendedorismo, tendo uma parceria com as incubadoras de empresas *Startup Lisboa Tech* e *Startup Lisboa Commerce*, para apoiar os clientes na criação de empresas nas áreas de tecnologia, comunicação ou comércio.

### Montepio Lisboa Empreende

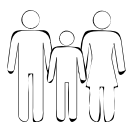
Resulta da parceria entre a Câmara Municipal de Lisboa, a Cooperativa João Sem Medo, empresa social de empreendedores para empreendedores, a Audax, associação sem fins lucrativos, UNIAUDAX – Centro de Investigação e Apoio ao Empreendedorismo e às Empresas Familiares e a CASES, entidade que gere o Sou Mais – Programa Nacional de Microcrédito.

Ciclo de *workshops* de microempreendedorismo e apoio a clientes que queiram desenvolver um negócio no Concelho de Lisboa, por técnicos especializados em financiamentos na área do microempreendedorismo.

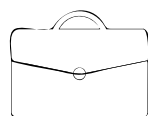
### Oferta Montepio Take Off

Constituída por produtos e serviços ajustados à criação e gestão das *startups*, para apoio a empreendedores em cada uma das três fases – incubação de ideias e projetos, gestão de atividade e dar a conhecer.

Esta solução conta com a participação de um rede de incubadoras de empresas e de apoio ao empreendedorismo.



271  
CLIENTES



3

CARTEIRAS  
DE NEGÓCIO  
(LISBOA, PORTO,  
SANTRÉM)



4 452m€

VOLUME  
DE NEGÓCIO

208

POSTOS DE  
TRABALHO CRIADOS  
(MICROCRÉDITOS)



27

POSTOS DE  
TRABALHO CRIADOS  
(EMPREENDEADORISMO SOCIAL)

### MAIS INFO EM...

[montepio.pt/SitePublico/pt\\_PT/setor-social/microcredito/entidades-parceiras.page?alicode=900MIC3](http://montepio.pt/SitePublico/pt_PT/setor-social/microcredito/entidades-parceiras.page?alicode=900MIC3)

Em 2015, os clientes empreendedores foram acompanhados por três gestores de clientes dedicados – Lisboa, Porto e Santarém, totalizando 271 clientes, num volume de negócio de 4 452 milhares de euros (+ 38% face a 2014), dos quais 502 milhares de euros são recursos e 3 950 milhares de euros são crédito.

Lisboa

97  
CLIENTES

1 611  
CRÉDITO  
(milhares de euros)

186  
RECURSOS  
(milhares de euros)

Porto

118  
CLIENTES

1 678  
CRÉDITO  
(milhares de euros)

242  
RECURSOS  
(milhares de euros)

Santarém

56  
CLIENTES

670  
CRÉDITO  
(milhares de euros)

75  
RECURSOS  
(milhares de euros)



### LISBOA EMPREENDE

venceu em 2015 o prémio Europeu de Promoção Empresarial, atribuído pela Comissão Europeia, na categoria “Grande Prémio do Júri”, atribuído à mais criativa e inspiradora iniciativa de empreendedorismo na Europa. No final de 2015 o projeto apresentava os seguintes números: **1 000 candidatos, 70 negócios implementados, 33 projetos financiados e 160 postos de trabalho diretos criados.**

#### DESTACA-SE AINDA O APOIO A ESPAÇOS DE COWORKING E A PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS E INICIATIVAS ORIENTADAS PARA A PARTILHA DE CONHECIMENTO E PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO OU PARA O DESENVOLVIMENTO DE ALGUNS DOS SETORES PRIORITÁRIOS PARA O MONTEPIO:

- 1.º Concurso de Ideias de Negócio – *Wanted Business Ideas* da Comunidade Intermunicipal Viseu Dão Lafões
- Acompanhamento permanente dos empreendedores nas entidades parceiras: *Startup Lisboa*, CIM Viseu Dão Lafões, Câmara Municipal de Lisboa, Tondela+10, *Village Underground* Lisboa, Nersant, Microsoft, VilaWork – Barcelos Business Center
- Fórum da Inovação e Empreendedorismo
- Projeto DELI – um inovador projeto europeu que visa apoiar políticas e estratégias inclusivas, orientadas para o tecido empresarial imigrante, promovido pela Câmara Municipal de Lisboa
- 4.ª Edição da Nersant Business 2015
- 2.º Encontro de Colaboração com a Embaixada do Peru e a Casa da América Latina
- Participação na Avaliação Ex-ante dos Instrumentos Financeiros dos Programas Operacionais do Portugal 2020
- Participação no Grupo de Trabalho Português para o Investimento Social, parceria da Comissão Europeia, Fundação Calouste Gulbenkian, Laboratório de Investimento Social e Social Finance.

## CRÉDITO ENERGIAS RENOVÁVEIS

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

**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.

## MONTEPIO MOBILIDADE ELÉTRICA AUTO

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

**Montepio Mobilidade Elétrica Auto**

Permite às empresas clientes adquirir veículos elétricos.

## BANCA PARA A ECONOMIA SOCIAL

A atuação do Montepio em 2015 em matéria de Economia Social centrou-se fundamentalmente em três eixos de atuação, através dos quais o Montepio visa contribuir decisivamente para a sustentabilidade das organizações da Economia Social:

### FORTALECER AS PARCERIAS JÁ EXISTENTES COM AS DIFERENTES ESTRUTURAS REPRESENTATIVAS DO SETOR

- O Montepio procura ser um parceiro estratégico e de suporte, conhecedor da realidade específica da sua atividade, quer através da definição de oferta exclusiva, programas de *funding* e programas de capacitação.

Destacam-se as seguintes ações de suporte, dinamização e divulgação de projetos e entidades da Economia Social:

- Minuto Solidário
- Cartão + Vida (para detalhe sobre estas iniciativas consulte o capítulo relativo ao apoio à comunidade).

### DINAMIZAR A OFERTA ESPECÍFICA EXISTENTE E AUMENTAR A QUOTA DE MERCADO NO SEGMENTO

- Oferta de produtos e serviços distintiva e ao melhor preço do mercado, visando contribuir para a melhoria da eficiência, gestão e sustentabilidade das organizações da Economia Social.

Destacam-se as seguintes parcerias e soluções:

- Soluções Montepio Setor Social
- Soluções TIC de apoio à melhoria e competitividade
- Soluções para a modernização da frota automóvel
- Soluções de apoio ao investimento.

### REFORÇAR A PARTICIPAÇÃO EM INICIATIVAS DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO SOCIAL

- Reforço contínuo da especialização no acompanhamento às organizações da Economia Social – Equipa comercial de 24 gestores de cliente Terceiro Setor (crescimento de 60% face a 2014) e 3 gestores dedicados ao Microcrédito.
- Participação e dinamização de diversas iniciativas para debate, partilha de experiências e boas práticas.

## SOLUÇÃO

## DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

<b>Soluções Montepio Setor Social</b>	Depósito a prazo que consiste numa solução de investimento para instituições integradas na área da economia social, que para além de oferecer total liquidez e taxas de juro atrativas, permite ainda escolher a periodicidade de pagamento dos juros.
<b>Soluções TIC de apoio à melhoria e competitividade</b>	<p>Linha específica para aquisição de <i>software</i> e soluções informáticas, em parceria com a Soluções Informáticas – F3M Information Systems.</p> <p>Em 2015 passou a integrar para além de <i>hardware</i>, <i>software</i> e formação, a construção e manutenção de sites institucionais, por forma a oferecer às organizações da Economia Social uma solução que lhes permitisse corresponder aos recentes normativos legais vigentes para o setor.</p>
<b>Soluções para a modernização da frota automóvel – Leasing Auto</b>	<p>Apoio à renovação ou aumento da frota automóvel, em parceria com a Renault Portugal.</p> <p>Viabilização da aquisição de viaturas a um preço competitivo e adaptadas às necessidades das entidades da Economia Social, e alargada ao setor dos veículos elétricos permitindo responder à instabilidade no preço dos combustíveis e apresentar solução orientada ao aproveitamento dos benefícios fiscais concedidos.</p>
<b>Soluções de apoio ao investimento – Linha de Crédito Social Investe</b>	<p>Enquadrado no 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.</p> <p>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.</p>

### DESTACA-SE AINDA A PRESENÇA EM INÚMERAS INICIATIVAS ORGANIZADAS, QUER PELAS ESTRUTURAS REPRESENTATIVAS QUER COMO POR ENTIDADES LOCAIS, QUE SE REVELARAM IMPORTANTES FÓRUMS DE DEBATE, PARTILHA DE EXPERIÊNCIAS E BOAS PRÁTICAS:

- II Encontro Responsabilidade Social – organizado pela Santa Casa da Misericórdia de Albufeira sob o tema “Do Assistencialismo à Sustentabilidade”.
- Encontro Nacional das Instituições de Solidariedade – organizado pela União das Misericórdias Portuguesas, Santa Casa da Misericórdia do Porto, CNIS – Confederação Nacional das Instituições de Solidariedade e União das Mutualidades, sob o tema “Na Defesa do Estado Social – Um Por Todos, Todos por um”.
- 7.º Seminário de *Fundraising* – organizado pela Call to Action sob o tema “Soluções e inspiração para o fundraising hoje!”
- Sessão de esclarecimento sobre os FEEI disponíveis no Portugal 2020 e as oportunidades de financiamento para as Associações Mutualistas, organizado em parceria com a RedeMut e realizada no Auditório Montepio, em Lisboa.
- XIII Congresso Insular das Misericórdias – organizado pela Santa Casa da Misericórdia do Funchal sob o tema “Em Busca de um Futuro Melhor”.
- Congresso Nacional das Coletividades, Associações e Clubes – organizado em parceria por 9 entidades que representam o Movimento Associativo Português, sob o tema “Associativismo Popular – uma força social com visão e com futuro!”





## INOVAÇÃO NO MONTEPIO

Em alinhamento com as principais tendências globais, também a CEMG tem vindo a inovar na forma como presta os seus serviços, integrando cada vez mais processos digitais, que para além de responderem a uma expectativa do cliente, contribuem para a redução do consumo de papel.

Assim, em 2015 foi disponibilizado um novo serviço de documentação digital de acesso gratuito e que permite o acesso rápido, seguro e cómodo a um conjunto de documentação diversa através da área de homebanking – Net 24, destacando-se a possibilidade de acesso ao extrato digital. Com vista a incentivar a adesão ao extrato digital, durante 2015, a CEMG disponibilizou depósitos a prazo exclusivos para clientes com conta à ordem com adesão ao extrato digital: Montepio Eco Aforro e Montepio Net Ganhe. Destacam-se ainda as funcionalidades associadas à subscrição de produtos, como os depósitos a prazo, online e a qualquer hora.

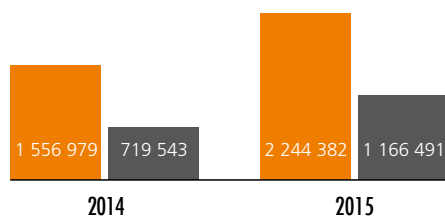
Também em 2015 foi, ainda, lançado o programa i9 que tem como principal objetivo assegurar a modernização de pilares considerados fundamentais para dotar a CEMG de uma capacidade única na resposta aos desafios futuros: Recursos Humanos; Capacitação, conhecimento e energia para responder às exigências do negócio; Níveis de satisfação profissional e pessoal; Renovação Tecnológica; Informação; Organização e Processos.

## LITERACIA FINANCEIRA

Consciente da importância da literacia financeira, o Grupo Montepio disponibilizou informação relevante no seu *website* sobre dicas de poupança e gestão eficiente do orçamento familiar, com vista a auxiliar na tomada de decisão dos seus clientes.

No que diz respeito ao Portal Ei – Educação, Informação (ei.montepio.pt) – portal de educação financeira da Associação Mutualista, ao longo de 2015, foi reforçado o seu papel enquanto plataforma dedicada à disponibilização de conteúdos e ferramentas de educação financeira para gestão pelos agentes económicos, conquistando novos recordes, quer ao nível de visitas quer de páginas visualizadas, com taxas de crescimento de 62% e 44% face a 2014, respetivamente. Ao longo de três anos da existência deste portal, foram publicados ao todo cerca de 1 700 conteúdos de finanças pessoais, entre artigos, vídeos, infografias, entrevistas, academias, questionários, fichas de avaliação e simuladores, distribuídos por cinco áreas: Pessoal, Empresarial, Solidário, Juvenil e Educadores.

### INDICADORES DE PORTAL EI (EM NÚMERO)



Visualizações de páginas  
Visitas



## RELAÇÃO COM O CLIENTE

Reforçar a relação com os clientes, incluindo a melhoria dos canais de relação, é uma das linhas da estratégia de responsabilidade social, pelo que foi uma das áreas de atuação da CEMG em 2015.

## OBJETIVO Montepio

### FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

REFORÇAR A RELAÇÃO COM OS CLIENTES

- Incremento do grau de vinculação dos clientes CEMG
- Reforço dos conteúdos de sustentabilidade no site
- Promover a utilização dos canais à distância

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE CLIENTES	2014	2015
<b>CLIENTES</b>	1 505 406	1 509 472
Empresas	135 922	139 744
Particulares	1 369 484	1 369 728
<b>CLIENTES ATIVOS</b>	1 066 442	1 064 664
Empresas	81 944	82 838
Particulares	984 780	982 735

### CANAIS ELETRÓNICOS

O Serviço Montepio24, plataforma multicanal que integra os canais Net24, Phone24, Netmóvel24 e SMS24, registou durante o ano de 2015 um incremento de clientes aderentes face ao período homólogo, com 789 mil utilizadores no segmento Particulares (crescimento de 4%) e 117 mil Empresas (crescimento de 8%).

De realçar que o serviço Net24 Particulares conquistou o Prémio Cinco Estrelas 2015 na categoria “Internet Banking”, com uma classificação global de 8,57 (máximo de 10), sendo considerado pelos consumidores como muito bom – realmente Cinco Estrelas. Para a classificação global, contribuíram as avaliações bastantes positivas que os consumidores portugueses efetuaram a características do Serviço, tais como: Satisfação, Preço-qualidade, Intenção de recomendação, Confiança na marca e Inovação.

Este prémio é da exclusiva responsabilidade da entidade que o atribui.

O sítio público do Montepio, disponível em [montepio.pt](http://montepio.pt), observou uma evolução positiva no número de acessos, consolidando a sua posição como principal ponto de contacto com a oferta de produtos e serviços, com uma média mensal superior a 3,1 milhões de visitas e 18,2 milhões de visualizações de página.



### CANAIS DE RELAÇÃO

Dando continuidade ao esforço de especialização do serviço, o Montepio disponibilizou 179 gestores de negócios, 83 gestores de pequenas e médias empresas e 9 gestores *corporate*. Para o setor Institucional e Economia Social, a estrutura conta com 28 gestores.

#### N.º DE GESTORES POR SEGMENTO DE CLIENTES\*

	2013	2014	2015
<b>TOTAL DE GESTORES</b>	<b>487</b>	<b>488</b>	<b>499</b>
<b>EMPRESAS</b>	282	286	299
Institucionais e economia social	20	26	28
Grandes empresas	9	11	9
Pequenas e médias empresas	63	80	83
Pequenos negócios	204	189	179
<b>PARTICULARES</b>	189	192	193
Top Premium	10	10	10
Premium	179	182	183

\* Inclui gestores de microcrédito.

#### SATISFAÇÃO DO CLIENTE

O Montepio pauta a sua atividade de acordo com princípios de qualidade do serviço, procedendo à avaliação periódica da satisfação dos seus clientes, através de:

- Aplicação semestral de um inquérito de satisfação de clientes;
- Monitorização do *European Consumer Satisfaction Index*.

9 pontos

Manutenção  
da satisfação global

escala de 1 a 10

7,82 pontos

Índice de satisfação ECSI 2014  
European Consumer Satisfaction Index

#### INQUÉRITOS DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES

A satisfação dos clientes da CEMG é medida através de um inquérito semestral efetuado telefonicamente por uma empresa especializada. Os inquéritos são realizados a uma amostra de clientes, construída nos seguintes moldes:

- Seleção de 2 000 clientes particulares (ativos), maiores de 18 anos e que efetuaram pelo menos uma operação ao Balcão, nos últimos 6 meses;
- Definição de quota proporcional por Balcão, de acordo com o respetivo n.º de clientes particulares ativos.

A Qualidade do atendimento e do processo são avaliadas quantitativamente numa escala de 1 a 10 (1-Totalmente insatisfeito e 10-Totalmente satisfeito) e os 2 últimos pontos são avaliados qualitativamente (Melhor/Igual/Pior e Aumentar/Manter/Diminuir, respetivamente).

As questões colocadas abordaram os seguintes aspetos\*:

## Qualidade no Atendimento

**"SIMPATIA" DOS COLABORADORES CONTINUOU A SER O ASPETO MAIS VALORIZADO PELOS CLIENTES – 9,20 (+12P.P FACE A 2014)**

## Perceção face à Concorrência

**53% DOS CLIENTES CONSIDERA O MONTEPIO MELHOR QUE A CONCORRÊNCIA**

## Qualidade do Processo

**O CUMPRIMENTO DAS INSTRUÇÕES DADAS FOI OUTRO DOS ASPETOS MAIS VALORIZADO PELOS CLIENTES – 8,84 (+12P.P FACE A 2014)**

## Fidelização

**52% DOS CLIENTES CONSIDERA MANTER UMA RELAÇÃO FUTURA COM O MONTEPIO (=A 2014)**

\* Resultados do Inquérito do 1.º semestre de 2015.



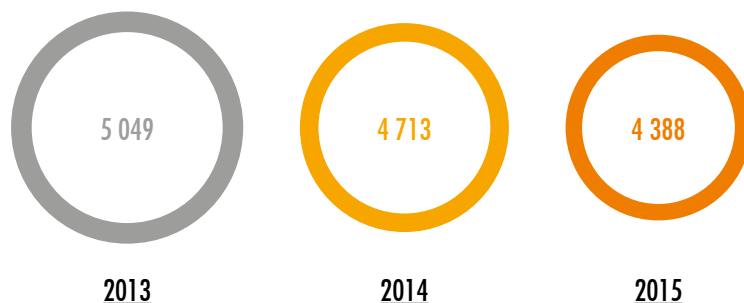
escala de 1 a 10

O resultado global é comunicado internamente através da Intranet e os resultados parciais são divulgados às Direções Comerciais, para que possam ser encetadas as devidas medidas corretivas, quando aplicável. Sempre que o item "Satisfação Global" com o Montepio seja inferior ou igual a 5 ou que no campo "Observações" existam notas menos positivas, é dada indicação ao Balcão visado para que este atue junto do cliente.

### GESTÃO DAS RECLAMAÇÕES

O Montepio tem uma Política de Tratamento e Gestão de Reclamações implementada, que se encontra disponível no seu *website*. O processo de receção e tratamento de reclamações é assegurado pelo Gabinete de Provedoria do Cliente da CEMG. Existem diversos meios para apresentação de reclamação, nomeadamente carta, mensagem eletrónica, telefone, livro de reclamações, formulário disponível no *website* institucional, e via entidades reguladoras. Em termos globais, em 2015 foram recebidas e tratadas pelo Gabinete de Provedoria do Cliente 5 027 reclamações, visando as diversas empresas do Grupo Montepio, o que representa um acréscimo de 6,7% em relação ao ano anterior. Do total de processos, 4 388 correspondem à CEMG.

#### EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE RECLAMAÇÕES



3 621

NOVAS RECLAMAÇÕES  
E 767 INSISTÊNCIAS

8,6 DIAS DE CALENDÁRIO

TEMPO MÉDIO DE RESPOSTA AO RECLAMANTE  
(PARA NOVAS RECLAMAÇÕES)

70%

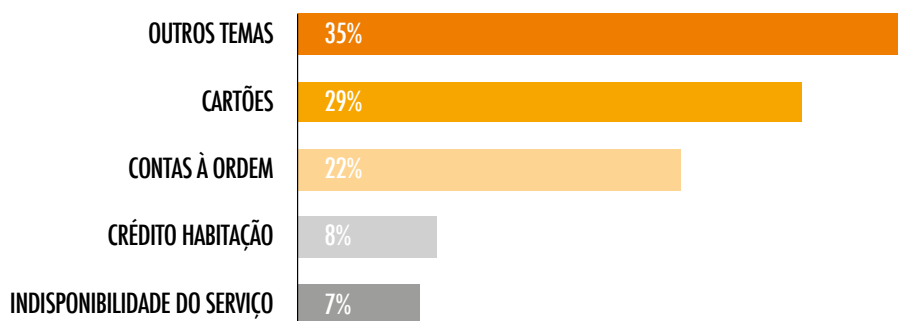
RESPONDIDAS NUM PRAZO IGUAL  
OU INFERIOR A 8 DIAS

29%

DAS NOVAS RECLAMAÇÕES TRATADAS  
COM RAZÃO ATRIBUÍDA AO CLIENTE

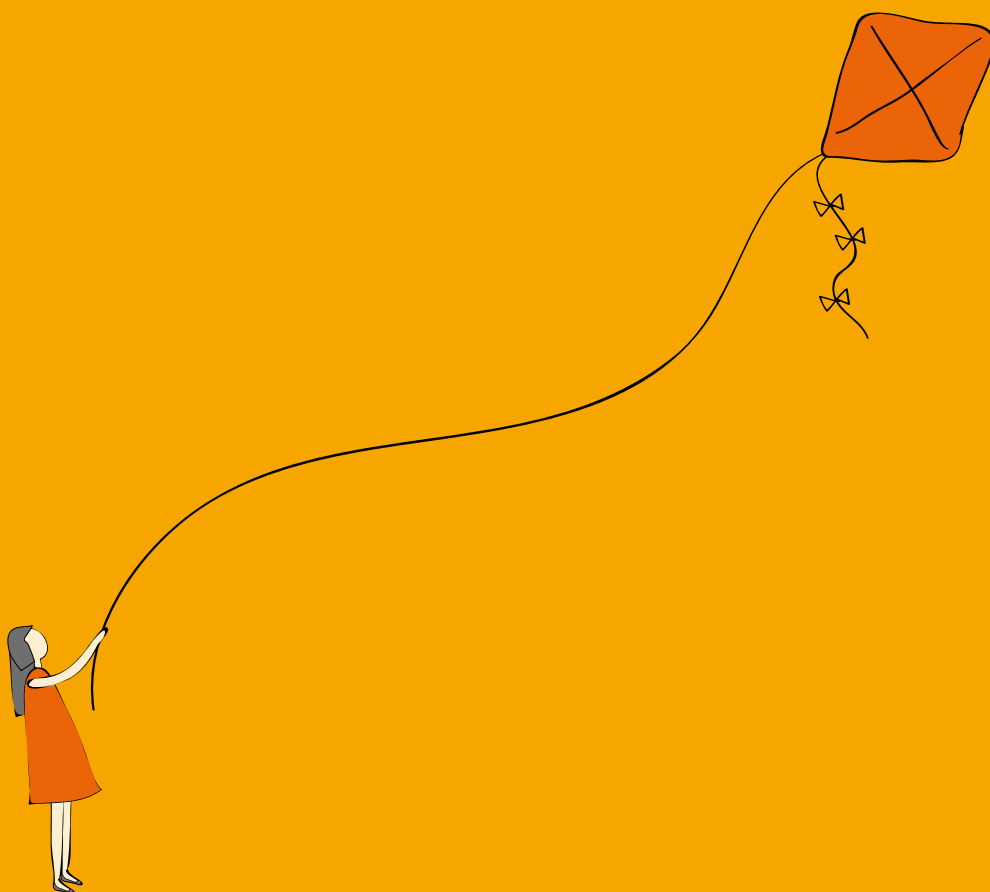
Nota: Não pode ser feita uma comparação da evolução do histórico do número de reclamações, uma vez que em 2015 são apenas consideradas as reclamações e insistências cuja empresa visada é a CEMG.

#### RECLAMAÇÕES POR TEMA – 2015



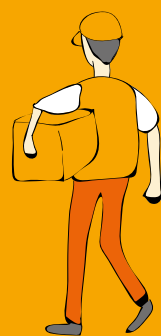
# 06.

Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados





COMPREENDEMOS  
OS DESAFIOS  
DO PRESENTE,  
*para garantirmos*  
O NOSSO  
FUTURO



## RESPONDER ÀS NECESSIDADES DE PROTEÇÃO SOCIAL E FINANCEIRA DOS ASSOCIADOS

Em 2015, a AM deu continuidade à sua missão de desenvolver ações de proteção social nas áreas da segurança social e da saúde, promover a cultura e a melhoria da qualidade de vida dos seus associados e beneficiários. Esta missão assume maior importância num contexto de constrangimentos económico-financeiros e de envelhecimento da população, designadamente em matéria de previdência e proteção social e da prestação de cuidados de saúde e assistenciais. Assim, na Estratégia de Responsabilidade Social do Grupo Montepio foram definidas linhas de atuação no âmbito da atividade mutualista:

### OBJETIVO Montepio

#### AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE

PROMOVER O CRESCIMENTO DA AM COMO UMA DAS MAIORES MUTUALIDADES DA EUROPA

- Dinamização da oferta e celebração de parcerias
- Dinamização associativa
- Conquista do espaço da proteção social complementar
- 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

CONSOLIDAR A AM COMO A MAIOR ORGANIZAÇÃO DA ECONOMIA SOCIAL EM PORTUGAL

- 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
- Desenvolvimento e implementação de estratégias de comunicação orientadas à afirmação da marca e dos valores mutualistas, assim como à filiação associativa
- Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira

#### FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

REFORÇAR A RELAÇÃO COM OS ASSOCIADOS

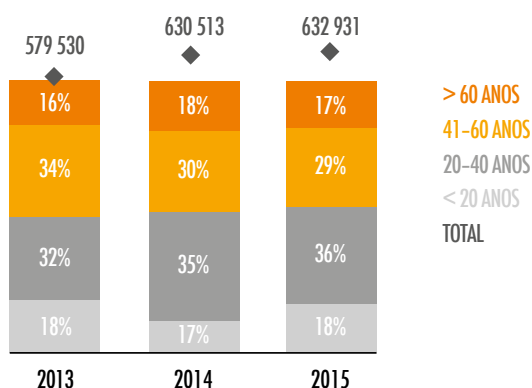
- Realização de ações de dinamização associativa
- Criação de espaços de acesso diferenciador e acessível para associados
- Valorização permanente dos suportes de comunicação
- Condições preferenciais para associados



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

		2013	2014	2015
<b>Valor económico direto gerado</b>	Receitas associativas	875 068	962 596	482 850
	Provedores de capitais	-	-	-
	Governo	-	-	-
<b>Valor económico distribuído</b>	Fornecedores	10 706	10 863	43 098
	Colaboradores	2 674	2 715	3 385
	Comunidade	1 379	1 608	1 249
<b>Valor económico acumulado</b>		860 309	947 410	435 118

No que se refere ao número de associados, em 2015 a AM voltou a demonstrar a sua capacidade de atrair novos membros, reforçando a sua base associativa e atingindo no final de 2015 um total de 632 931 associados efetivos (+ 0,4% face a 2014).



## EM 2015

Os grupos etários de associados mais jovens passaram a ter **uma representatividade ligeiramente maior** na base associativa

A idade média dos associados foi de **41 anos**

**50,9%**  
dos associados  
do género  
feminino

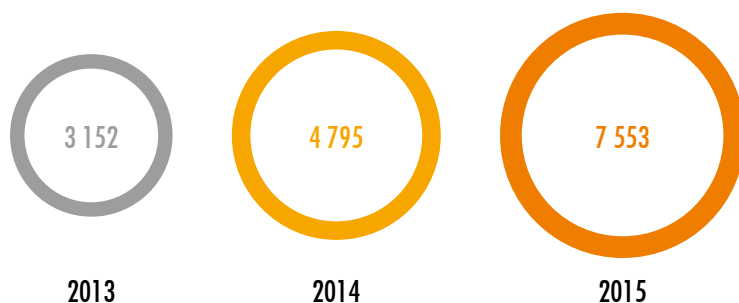
Cobertura nacional  
**44,6%**  
nas áreas metropolitanas  
de Lisboa e Porto

**1,8% do total**  
Aumento do número  
de associados sediados  
no estrangeiro  
(11 133 associados)

## DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA

Em alinhamento com os objetivos definidos na Estratégia de Responsabilidade Social e com vista à promoção, dinamização e fortalecimento das relações com os associados, a AM desenvolveu, em 2015, várias ações de envolvimento participativo dos associados, em áreas como a formação, o lazer e o lúdico-cultural. No total foram realizadas 240 atividades que contaram com 7 553 participantes (+57,5% face a 2014).

### N.º PARTICIPANTES NAS ATIVIDADES DE DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA



### INICIATIVAS DE DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA – 2015

	N.º AÇÕES	N.º PARTICIPANTES
Passeios com História	58	2 081
Visitas orientadas	118	3 932
Atividades de ar livre	35	1 055
Cursos/workshops/Conferências	24	343
Outras iniciativas	5	142

Na dinamização associativa, a AM tem a preocupação em descentralizar e diversificar locais e temáticas, bem como assegurar valores de participação que sejam consentâneos com os diversos públicos, privilegiando sempre a qualidade dos parceiros, por forma a assegurar a excelência dos eventos.

A parceria com a Academia de Ciências de Lisboa, sob a forma de conferências e cursos de informática, os cursos de iniciação à internet e de “Elabore o seu CV” e “Saber estar numa entrevista de emprego”, continuaram a ser uma grande aposta no desenvolvimento pessoal e formativo.

#### MAIS INFO EM...

R&C 2015 Associação Mutualista – páginas 33 e 34

### ENVOLVIMENTO E COMUNICAÇÃO COM ASSOCIADOS

Sendo a comunicação uma ferramenta fundamental para o fortalecimento dos laços entre a AM e os associados, os suportes de comunicação periódicos assumem extrema importância, dos quais se destacam:

- **Jornal Montepio Jovem** (trimestral) – para associados entre os 13 e os 20 anos de idade – 52 000 exemplares (semelhante a 2014);
- **Revista VOA** (trimestral) – dirigida a associados até aos 13 anos de idade – 71 250 exemplares (+ 0,5% face a 2014);
- **Revista Montepio** (trimestral) – dirigida a todos os associados com idade superior a 20 anos – 465 166 exemplares (6,7% face a 2014);
- **e-newsletter Montepio** (mensal) – suporte digital que comunica vantagens, descontos e atividades promovidas pelas empresas que integram o Grupo;
- **e-newsletter Atividades** (mensal) – suporte digital que destaca as atividades culturais, descontos e atividades de lazer para associados.

Nota: Os valores dos exemplares referem-se a tiragens médias.



## DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA JUNTO DE CRIANÇAS E JOVENS

### CLUBE PELICAS

O Clube Pelicas abrange associados com idades dos 0 aos 13 anos e reunia, no final do ano de 2015, cerca de 66 000 associados.

Sendo este um segmento etário no qual o objetivo de fidelização assume particular relevância para a manutenção da dimensão associativa, a AM aposta numa constante dinamização associativa, que procura englobar os mais pequenos em atividades nas quais se promovam os valores mutualistas, de proteção do meio ambiente e de cidadania, contribuindo para o desenvolvimento responsável, integrado e social dos mais pequenos. Em 2015, no âmbito das diversas ações desenvolvidas, foram abrangidas 13 231 crianças – 355 em *workshops* diversos e férias de Verão; 2 606 participantes no projeto “Pelicas vai à escola” e 10 270 participantes noutros eventos.

A parceria estabelecida entre o Clube Pelicas e a APCOI – Associação Portuguesa Contra a Obesidade Infantil, tem permitido alertar para os cuidados alimentares fundamentais ao desenvolvimento físico saudável dos mais pequenos, criando assim hábitos de prevenção de saúde.



As atividades do Clube Pelicas abrangeram também a participação em eventos dedicados aos mais pequenos, como foi o caso da presença do Clube e da mascote Pelicas na Pumpkin Awards e na Ludóplis, no Festival Panda, na Parada das Mascotes, em estreias de peças Infantis, nas Corridas Pelicas e Montepio, entre outras. Como entidade mutualista, a divulgação dos valores mutualistas é uma premissa importante. Nesse sentido, o projeto do “Pelicas vai à Escola” tem permitido divulgar os valores mutualistas de solidariedade, entreajuda, amizade, não discriminação e de poupança como forma de prevenir riscos futuros.



### SEGMENTO JOVEM – 13 AOS 23 ANOS

Para o segmento jovem, dos 13 aos 23 anos, a grande novidade de 2015 foi o lançamento de atividades, no âmbito da Agenda de Dinamização Associativa, tendo vindo a revelar-se uma aposta com sucesso e estratégica para captação e fidelização de jovens associados. Para este público, destaca-se a visita à Exposição “Mitos e Monstros”, no Palácio da Bolsa, no Porto, acompanhada pelo historiador Joel Cleto, que ajudou a contextualizar a origem dos mitos mais famosos a partir de uma perspetiva mitológica, histórica e científica, a participação na convenção portuguesa de videojogos, tecnologia e entretenimento “Lisboa Games Week”, a oportunidade de explorar o Estádio da Luz e o Museu Cosme Damião, em Lisboa, com a realização de um *peddy paper* e a passagem pela Sala de Imprensa onde todos simularam uma entrevista.

Também com objetivo de aproximação do público mais jovem e promover a modalidade Montepio Poupança Complementar Jovem, a AMM patrocinou um concerto dos D.A.M.A. em exclusivo para jovens associados.

## ATMOSFERA M

Os espaços *atmosfera m* desenvolveram a sua atividade com foco na consolidação e aumento das parcerias existentes. Ao longo do ano, o *atmosfera m* Porto recebeu mais de 13 mil visitantes, 650 utilizadores da Biblioteca e reciclou 220 kg de papel, convertido em alimentos para o Banco Alimentar. Em Lisboa, o *atmosfera m*, a funcionar desde setembro de 2015, acolheu 6 300 visitantes e promoveu vários debates. Foram realizadas iniciativas em parceria com várias instituições reconhecidas – desde o apoio a pessoas em situação de desemprego, ao apoio a cuidadores e doentes de Alzheimer, bem como tertúlias, palestras, *workshops* e formações contínuas marcaram a atividade regular do espaço.

De destacar o arranque de mais uma Academia Intergeracional – em parceria com a Rutis – que conta com 14 disciplinas e, à semelhança do espaço no Porto, o estabelecimento de uma parceria com uma IPSS de Lisboa, no sentido da recolha de todo o papel para reciclagem.



## REDEMUT – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE MUTUALIDADES

Em 2015, este projeto colaborativo incluiu 18 associadas efetivas, representando cerca de 80% do movimento mutualista. Foi um ano de consolidação, tendo sido estabelecidas formas de cooperação e partilha integrada de recursos entre as mutualidades associadas, com

o objetivo comum de prestar serviços de saúde aos seus membros.

No âmbito do cartão RedeMut, com 68 066 titulares, foram praticados perto de 2 000 atos clínicos entre Serviço de Assistência Médica Domiciliária Noturna e Aconselhamento Médico Telefónico.

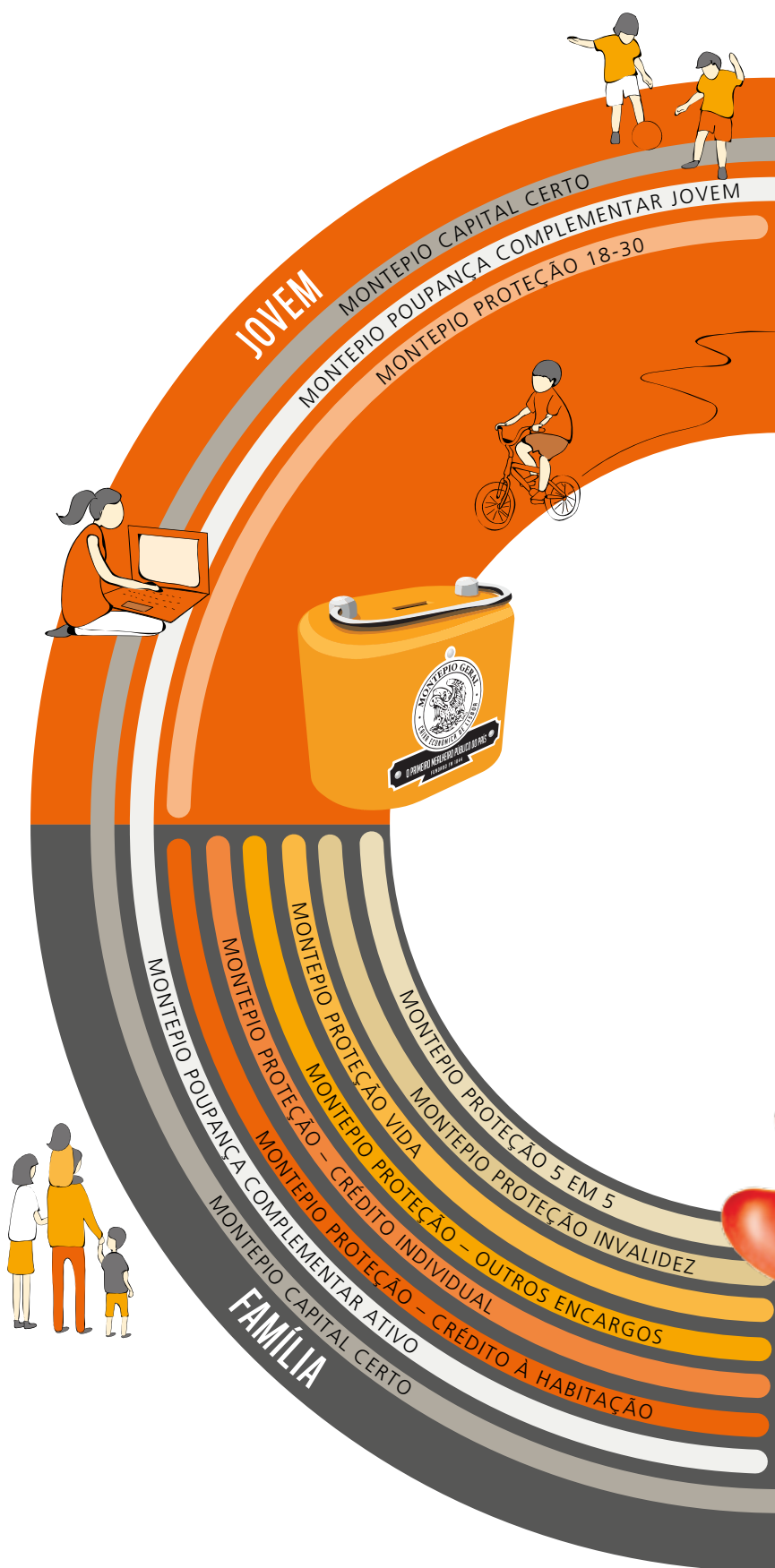
### COOPERAÇÃO COM OUTRAS MUTUALIDADES

A AM promoveu a cooperação com outras mutualidades nacionais e internacionais, nomeadamente através das seguintes atividades:

- Participação no Conselho de Administração da RedeMut e apoio operacional a esta Instituição
- Presidência do Grupo de Trabalho do Estatuto da Mutualidade Europeia, da Associação Internacional das Mutualidades (AIM)
- Presença na Assembleia Geral da AIM, em Junho, em Liège, onde o Montepio Geral – Associação Mutualista esteve representado pelo administrador, Dr. Carlos Morais Beato
- Membro efetivo da Associação Internacional das Mutualidades (AIM) que, a convite da AM e pela primeira vez em Portugal, reuniu o seu *Board of Directors* entre 18 e 20 de fevereiro, em Lisboa
- Participação nos Encontros do Mont-Blanc – Fórum Internacional de Dirigentes da Economia Social Solidária, como orador no painel "Financiamento do Desenvolvimento", realizado em Chamonix, no dia 26 de novembro.

## MODALIDADES

A stylized illustration of a school building with orange walls and grey roofs. The building has several windows and a central entrance. It is surrounded by several trees with orange foliage, suggesting an autumn setting.







## RECEITAS ASSOCIATIVAS

Em 2015, o total de receitas associativas foi de 482,9 milhões de euros, registando uma redução acentuada de cerca de 50%. Esta evolução deveu-se a uma diminuição dos capitais recebidos nas modalidades de capitalização, com especial incidência na modalidade Montepio Capital Certo. No que diz respeito a esta modalidade de poupança, que permite aos associados constituir e valorizar as suas poupanças, foram emitidas 9 séries da modalidade Montepio Capital Certo, a 5 anos e 1 dia, que permitiram captar um montante global de cerca de 141 milhões de euros.

## ESTRUTURA E EVOLUÇÃO DAS RECEITAS ASSOCIATIVAS (EM MILHARES DE EUROS)

	2014	2015	(VARIAÇÃO 15/14)	
			VALOR	%
Benefícios de solidariedade associativa	10 759	11 658	899	8,4
Modalidades individuais	950 641	470 935	-479 706	- 50,5
Modalidades Coletivas	1 196	254	-942	-78,8
TOTAL	962 596	482 847	-479 749	-49

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

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

## GABINETE DE ESTUDOS MUTUALISTAS

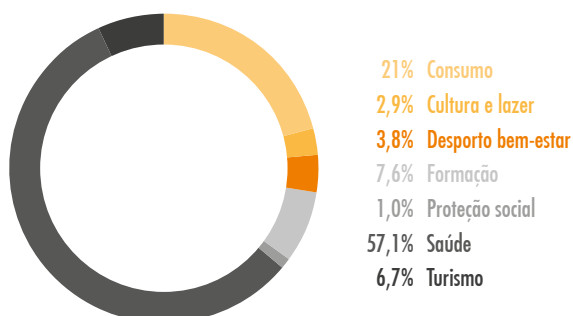
Através deste gabinete e em cooperação com centros de investigação universitários e parceiros institucionais, iniciou-se em maio de 2015 um ciclo de estudos de natureza científica, cujo primeiro estudo é o **Pro.Mo Saúde**, que tem como objetivo contribuir para uma melhor compreensão dos fenómenos exógenos à biologia e genética dos indivíduos que alteram o seu estado de saúde.

Este estudo visa identificar fatores sociais, culturais, ambientais, comportamentais, entre outros, que possam afetar positiva ou negativamente a saúde e bem-estar dos indivíduos e será realizado com base em informação recolhida junto de associados.

## BENEFÍCIOS COMPLEMENTARES PARA ASSOCIADOS

### PARCERIAS

Os associados da AM beneficiam de condições e soluções especiais na oferta das empresas do Grupo Montepio (incluindo CEMG e Lusitania), bem como de um conjunto de benefícios complementares. No âmbito destes últimos benefícios, em 2015, a AM prosseguiu a sua política de celebração de parcerias, tendo sido assinados acordos com 105 novas entidades de âmbito nacional e local, nas seguintes áreas de intervenção:



1 202  
TOTAL DE ACORDOS ATIVOS

57%  
NO SETOR DA SAÚDE



### CARTÕES MONTEPIO REPSOL

A AM manteve a parceria estratégica com a Repsol, que permite aos associados efetivos maiores de 18 anos beneficiar de um desconto de 6 cêntimos, por litro de combustível, na rede de estações de serviço aderentes.

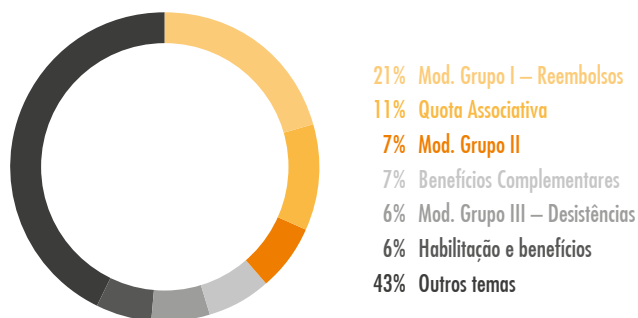
Após 6 anos de existência, manteve-se o registo de evolução positiva no número de utilizadores e no consumo efetuado com os cartões Montepio Repsol – em 2015, foram emitidos 33 959 cartões Montepio Repsol, tendo o montante do benefício acumulado, para os seus utilizadores, ascendido a 6,9 milhões de euros (+3% face a 2014).

### GESTÃO DE RECLAMAÇÕES

Em 2015, foram tratadas pelo Gabinete de Provedoria do Cliente do Montepio 117 reclamações relativas a Mutualismo, visando o Montepio Geral – Associação Mutualista. Destas, 103 correspondem a novas reclamações.

### RECLAMAÇÕES POR TEMA – 2015 (%)

Cerca de 32% das reclamações relacionam-se com situações de reembolsos de modalidades mutualistas de poupança (Grupo I) e com a quota associativa.



**103**

NOVAS RECLAMAÇÕES

**7,5 DIAS DE CALENDÁRIO**

TEMPO MÉDIO DE RESPOSTA AO RECLAMANTE  
(PARA NOVAS RECLAMAÇÕES)

**73%**

DAS NOVAS RECLAMAÇÕES RESPONDIDAS  
NUM PRAZO IGUAL OU INFERIOR A 8 DIAS

**13%**

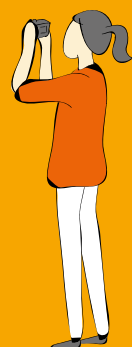
DAS NOVAS RECLAMAÇÕES TRATADAS  
COM RAZÃO ATRIBUÍDA AO CLIENTE

07.

Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança



UMA  
EMPRESA COM  
legado histórico  
QUE CRIA  
SOLUÇÕES  
INTEMPORAIS



## ALINHAR A OFERTA SEGURADORA COM UM MUNDO EM MUDANÇA

Em 2015, a Lusitania manteve como prioridades o reforço das alianças com a rede de mediação e o fortalecimento das parcerias, bem como a intensificação da atividade no canal bancário. No âmbito do regime Solvência II, um novo regime de solvência mais sensível aos riscos inerentes a garantias financeiras de médio e longo prazo, durante 2015 a Lusitania definiu um plano de sustentabilidade financeira, que visa criar as condições económicas necessárias para o cumprimento dos seus objetivos.

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

		2013	2014	2015
Valor económico direto gerado	Receitas – Prémios de seguro direto	169 111	175 229	184 801
Valor económico distribuído	Provedores de capitais	-	-	-
	Governo	1 753	1 514	1 866
	Fornecedores	10 271	10 512	13 022
	Mediadores (Comissões)	22 320 334	21 192 352	25 828 076
	Colaboradores	22 527	23 865	21 403
	Comunidade	38 553	117 186	221 788
Valor económico acumulado		22 224 327	21 170 200	25 901 354

O RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO REGISTOU UM VALOR NEGATIVO NO MONTANTE DE **43 MILHÕES DE EUROS**, REFLETINDO UM CONJUNTO DE AJUSTAMENTOS NÃO RECORRENTES, QUE ASCENDERAM A UM VOLUME PRÓXIMO DE **35 MILHÕES DE EUROS**

Apesar das perspetivas de crescimento reduzido e lento, a Lusitania consolidou uma tendência de crescimento da produção de seguro direto, tendo o crescimento dos prémios brutos emitidos ficado acima da média do mercado, decorrente, essencialmente, da captação de novo negócio, retenção de clientes e ajustamento de preços.

### EVOLUÇÃO DOS PRÉMIOS DE SEGURO DIRETO\* (EM MILHARES DE EUROS)

	2014	2015	VARIAÇÃO
Acidentes e Doença	51 264	61 446	19,9%
Incêndio e outros danos	40 636	41 905	3,1%
Automóvel	67 251	68 624	2,0%
Transportes	9 443	6 151	-34,9%
Responsabilidade civil geral	4 743	4 678	-1,4%
Diversos	1 890	1 996	5,6%
Total	175 229	184 801	5,5%

\* Prémios de seguro direto líquidos de resseguro.

**452 512**  
Clientes Particulares  
+4% que em 2014

**47 738**  
Clientes Empresas  
+9% que em 2014

## PRODUTOS E SERVIÇOS FOCADOS NAS NECESSIDADES DOS CLIENTES

A Lusitania disponibiliza uma oferta alargada, de forma a responder às suas diferentes necessidades de proteção dos seus clientes particulares e empresas, tendo antecipado a adaptação da oferta às novas regras do mercado segurador.

PARTICULARES (PLANO E + PARTICULARES)	EMPRESAS (PLANO E + EMPRESAS)
Seguros de saúde e bem-estar	Seguros de Património e Responsabilidades – automóvel, multirriscos e acidentes de trabalho
Seguros de família	Seguros de imóveis
Seguros de lazer	Seguros de saúde para colaboradores
Seguros habitação	Seguro voluntariado
Seguros automóvel	Seguros para o setor marítimo
Seguros empresário individual	Seguro de Responsabilidade ambiental

## INOVAÇÃO NA OFERTA

Tendo em vista a dinamização da oferta, a Lusitania introduziu alguns aspetos inovadores na oferta comercial, entre eles o aumento de coberturas. A pensar na segurança dos clientes condutores, aumentou a oferta do seguro automóvel Motore com o lançamento de duas novas coberturas:

- Cobertura Condutor Proteção Extra +
- Cobertura Auto 4x4 Patas

De referir também que, no âmbito de Bancasseguros, em 2015 procedeu-se ao lançamento de novos produtos, nomeadamente do Seguro Auto Montepio Flex (tanto para clientes particulares como empresas, que permite uma proteção flexível adaptada às expectativas dos clientes), do Seguro Montepio Top Proteção e Seguro Montepio Top Proteção Jovem.

Na área da saúde, a Lusitania reformulou a oferta de seguros, de modo a melhorar os cuidados de saúde oferecidos aos seus clientes. Por outro lado, de modo a garantir uma maior competitividade do negócio, a Lusitania procedeu à melhoria do preço praticado mantendo ao mesmo tempo a qualidade de coberturas e serviços. Neste sentido, para os produtos Lusitania Saúde Livre e Saúde Pleno foram aumentados os descontos para o agregado familiar; a idade de adesão foi estendida para 55 anos; foram introduzidos descontos especiais na rede bem-estar, entre outras melhorias.

Na área de habitação, o seguro Lusitania Casa Ideal tem sido, ao longo dos anos, um dos produtos Multirriscos Habitação mais competitivos do mercado, tanto a nível de coberturas como da competitividade dos seus prémios. Em 2015, foram introduzidas alterações, incluindo a reformulação da aplicação de franquias no módulo base, garantindo maior flexibilidade na contratação permitindo uma maior robustez do produto.

A Lusitania reforçou ainda o Lusitania Plano E+, tanto para particulares como empresas, disponível para clientes que queiram ter no mínimo dois seguros. Este produto apresenta um conjunto de vantagens para os clientes, entre eles a possibilidade de ter apenas um único extrato mensal com toda a informação agregada e fácil de consultar.



## OFERTA SUSTENTÁVEL

No âmbito de oferta sustentável, importa destacar o seguro Lusitania Trabalhador Independente, o Seguro Saúde Flex, o Seguro Voluntariado, a oferta direcionada para os setores de mar e ainda, no âmbito da oferta com benefício ambiental, o seguro de responsabilidade ambiental e a cobertura de “Queda ou quebra de painéis solares” em produtos de multiriscos de habitação.

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2015

<b>Lusitania Trabalhador Independente</b>	Solução de segurança para empresários em nome individual ou profissionais liberais. Transfere a responsabilidade legal dos acidentes que possam sofrer no exercício das suas funções, cobrindo também a responsabilidade pelos danos causados aos seus clientes ou a terceiros.
<b>Seguro Saúde Flex</b>	Solução de proteção completa com módulos flexíveis e personalizáveis. O seguro permite a adesão dos subscritores com idade superior a 55 anos.
<b>Seguro Voluntariado</b>	Seguro de responsabilidade civil que protege os colaboradores voluntários de eventuais riscos durante a atividade de voluntariado. Este seguro tem duas modalidades – permanente ou temporário – para proteção dos colaboradores em regime de voluntariado durante 1 ano ou 7 dias, respetivamente.
<b>Oferta direcionada para os setores de mar</b>	Oferta direcionada para os setores de mar, revelando uma vez mais a aposta do Montepio no apoio à economia do mar. Esta oferta inclui seguros de navios, seguros de transporte de mercadorias, bem como seguros de embarcações de recreio, embarcações de atividade marítimo-turística, portos, terminais portuários, pescas e marinas de recreio.
<b>Seguro de responsabilidade ambiental</b>	<p>A Lusitania disponibiliza um seguro de responsabilidade civil ambiental, tendo no final de 2015, 9 apólices ativas com o prémio de 16 050,00€. Este seguro tem como garantias a responsabilidade administrativa do segurado pela prevenção e reparação de danos ambientais causados por contaminação.</p> <p>O seguro de responsabilidade civil prevê ainda uma cobertura relacionada com poluição súbita e accidental.</p>
<b>Oferta direcionada para a microgeração</b>	<p>A Lusitania disponibiliza nos seus produtos de multiriscos de habitação uma cobertura de “Queda ou quebra de painéis solares”, que pode ser complementada através de uma apólice de engenharias, garantindo não só os danos próprios como os danos a terceiros em responsabilidade civil ou cobertura de perdas de exploração.</p> <p>A carteira de apólices de engenharias é constituída maioritariamente por instalações do segmento microgeração (&lt;13,5 kW), impulsionada no início pelos incentivos fiscais atribuídos às fontes renováveis, bem como por instalações seguras em apólice multiriscos.</p>

## FORTALECIMENTO DE ALIANÇAS E PARCERIAS

Durante o ano de 2015, a Lusitania prosseguiu com o alargamento da representação geográfica da Companhia, através do estabelecimento de alianças e parcerias sustentáveis e duradouras. Apostou na intensificação do canal de relação Mediadores, tendo desenvolvido um conjunto de ações comerciais específicas, por um lado, para fortalecer as parcerias com os Agentes de Representação e, por outro, para captar novos parceiros de negócio. A Linha do Mediador foi assim estendida a um maior número de parceiros de negócio.

Em paralelo, foi dada continuidade à aposta no canal bancário, com a consolidação da equipa de consultores de seguros e da presença junto da rede comercial da CEMG.

**REDE DE  
MEDIADORES  
DE NORTE A SUL  
DO PAÍS**

**3 653**  
**MEDIADORES  
NO FINAL DE 2015**

**28**  
**BALCÕES**

**100**  
**LOJAS DE  
AGENTES DE  
REPRESENTAÇÃO**

## RELAÇÃO COM O CLIENTE

Em 2015, a Lusitania deu continuidade às medidas de melhoria da qualidade das operações e dos serviços, aprofundando o melhor conhecimento dos clientes, com o objetivo de desenvolver e promover soluções de proteção e segurança ajustadas às necessidades do mercado.

Neste contexto, destaca-se o programa de transformação “Viriato”, que efetuará a substituição integral do sistema informático por uma nova solução que permitirá a definição da oferta de forma mais dinâmica e inovadora, com uma enorme capacidade de adaptação à evolução do mercado, do negócio e da concorrência.

### CANAIS ELETRÓNICOS

Direcionado ao setor de transportes, importa destacar o lançamento da Plataforma de Transportes da Lusitania para emissão *online* de aplicações de apólices abertas de mercadorias transportadas. Esta plataforma dirigida a clientes empresariais permite maior comodidade, rapidez e independência na gestão de apólices abertas, sem perda da qualidade de serviço ou de controlo das responsabilidades assumidas. No futuro esta plataforma incluirá também a possibilidade de emissão *online* de apólices temporárias.

### SATISFAÇÃO DO CLIENTE

A Lusitania monitoriza periodicamente a satisfação dos seus clientes. Em 2015, conduziu um questionário de avaliação de satisfação no segmento automóvel ou quebra isolada de vidros ao longo do ano.

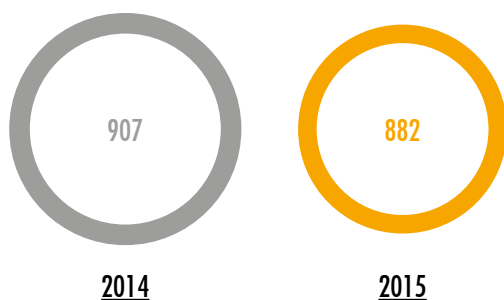
De uma forma geral, em média, os clientes continuaram a apresentar-se bastante satisfeitos com o serviço prestado. No inquérito automóvel, os clientes apresentaram um nível de satisfação de 4,2 e no inquérito de quebra isolada de vidros um nível de satisfação médio de 4,7 (ambos numa escala crescente de 1 a 5).

### GESTÃO DAS RECLAMAÇÕES

A Lusitania preocupa-se com a qualidade do serviço prestado. Neste sentido, tem vindo a assegurar o tratamento e a análise dos dados relativos à gestão de reclamações, procedendo assim à deteção e correção de problemas recorrentes ou sistémicos, de forma a acautelar eventuais riscos legais ou operacionais.

O Centro de Gestão de Reclamações é o órgão responsável por gerir e tratar as reclamações direcionadas para a Lusitania. Em 2015 recebeu 882 reclamações através dos diversos canais de receção. Verificou-se uma preferência na apresentação das reclamações diretamente à Lusitania (60%), diminuindo o recurso a entidade externas, em comparação com 2014. Contudo destaca-se também o aumento do número de reclamações apresentadas junto dos Serviços da Provedoria do Cliente do Montepio (8% das reclamações).

## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE RECLAMAÇÕES



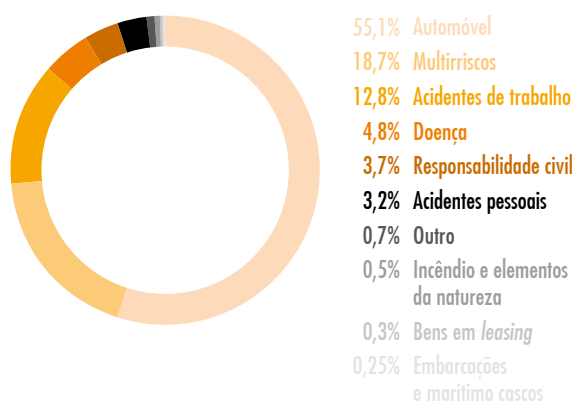
**882**  
RECLAMAÇÕES EM 2015  
(-3% FACE AO ANO ANTERIOR)

**16 DIAS**  
TEMPO MÉDIO DE RESPOSTA ÀS RECLAMAÇÕES

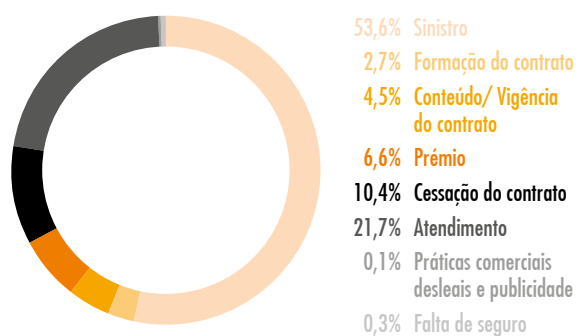
**98%**  
TAXA DE ENCERRAMENTO

**54%**  
DAS RECLAMAÇÕES RELACIONADAS COM SINISTROS

## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE RECLAMAÇÕES – 2015



## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE RECLAMAÇÕES – 2015



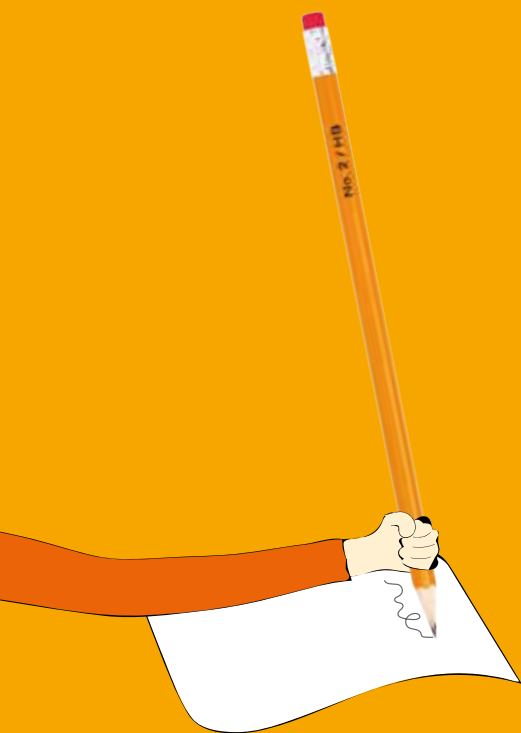
Em 2015, a maioria das reclamações foram sobre seguro automóvel (55%), seguido de multirriscos (19%). Em termos de tipologia, o sinistro foi o que originou um maior número de reclamações (54%), seguido de atendimento (22%).

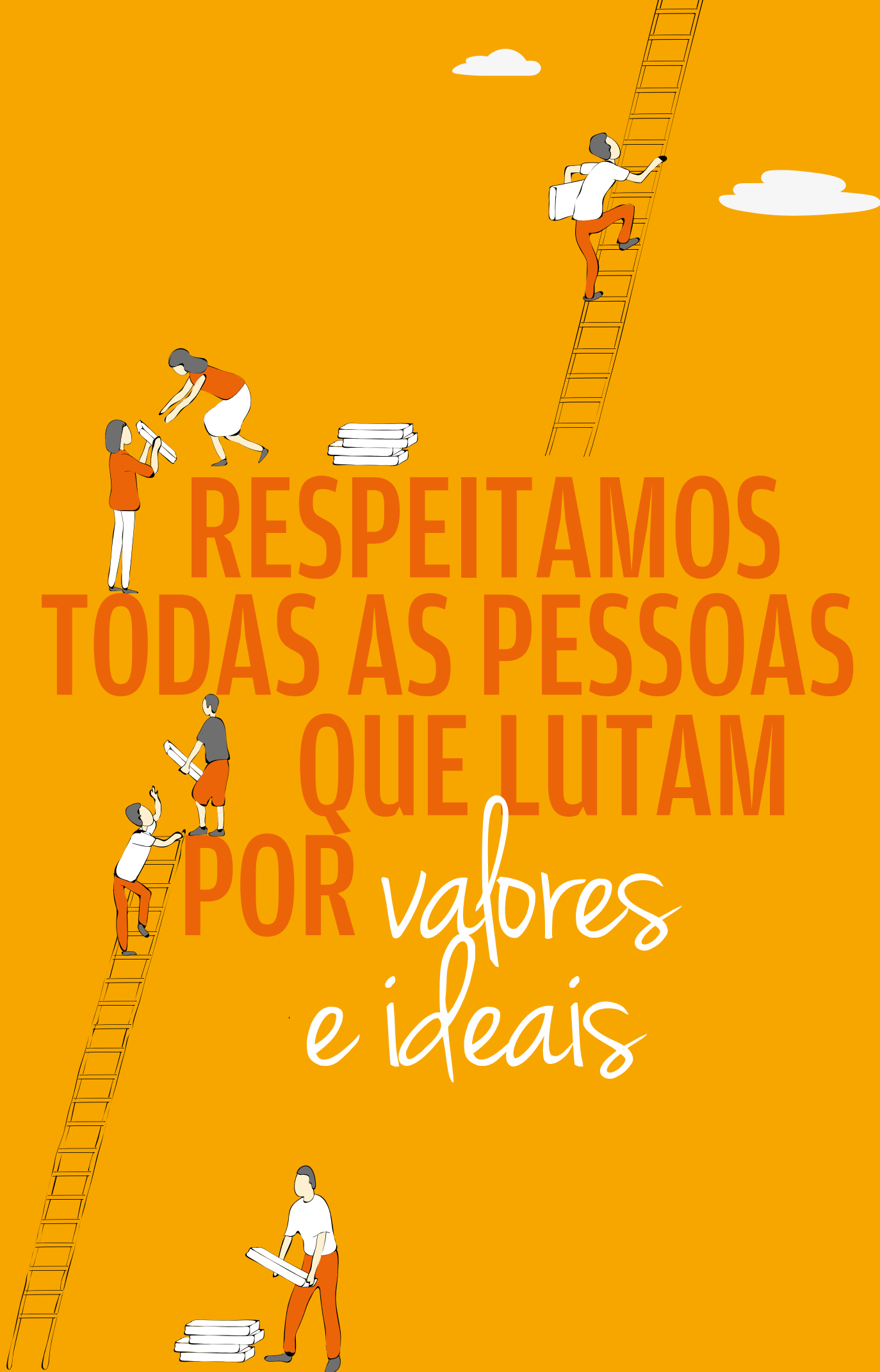




08.

Valorizar os colaboradores





RESPEITAMOS  
TODAS AS PESSOAS  
QUE LUTAM  
POR valores  
e ideais

## VALORIZAR OS COLABORADORES

Os colaboradores do Grupo Montepio – como dimensão do capital intelectual – são um fator preponderante no desenvolvimento do Grupo, contribuindo para a criação de valor e desenvolvimento de vantagens competitivas. Nesse sentido, em 2015 a atuação do Grupo continuou a ser pautada por iniciativas consideradas estratégicas no domínio da Gestão de Recursos Humanos, das quais se destacam a igualdade de oportunidades e a garantia de boas condições de trabalho num ambiente propício ao desenvolvimento profissional dos seus colaboradores. Na sua Estratégia de Responsabilidade Social e em alinhamento com a sua missão, a CEMG definiu como objetivo aprofundar a gestão de recursos humanos.

### OBJETIVO *Montepio*

#### FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

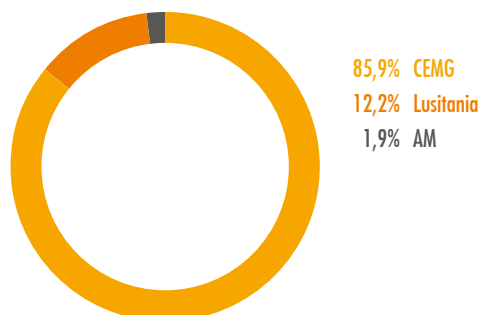
##### APROFUNDAR A GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

- Promover a gestão e o desenvolvimento do talento, nomeadamente através da Academia Montepio, do Plano Anual de Talento, do Programa de Voluntariado Corporativo e das Iniciativas de Bem Estar
- Promover uma cultura de mérito e de incentivo, potenciando os instrumentos de avaliação e conselho
- Fomentar uma demografia profissional equilibrada e sustentável
- Potenciar o *Employee branding* do Montepio

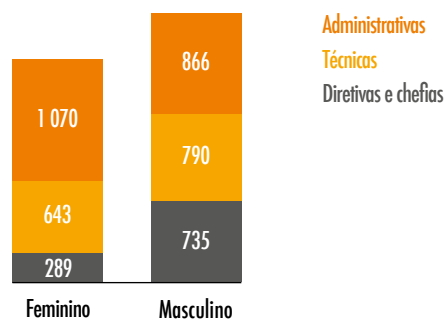
## CARACTERIZAÇÃO DA EQUIPA

No final de 2015, a equipa do Grupo Montepio a que se refere o âmbito deste relatório era constituída por 4 393 colaboradores, distribuídos entre a CEMG (85,9%), a Lusitania (12,2%) e a AM (1,9%). De referir que a Fundação não tem colaboradores próprios, utilizando recursos da AM.

### COLABORADORES POR EMPRESA



### COLABORADORES POR GÉNERO E GRUPO PROFISSIONAL



## COLABORADORES POR GRUPO PROFISSIONAL, FAIXA ETÁRIA E GÊNERO

	DIRETIVAS E CHEFIAS	TÉCNICAS	OPERACIONAIS
<b>AM</b>			
< 30 anos	0	0	2
Dos 30 aos 50 anos	6	26	20
> 50 anos	9	12	7
F	8	23	16
M	7	15	13
<b>CEMG</b>			
< 30 anos	1	12	54
Dos 30 aos 50 anos	634	1 029	1 325
> 50 anos	285	190	244
F	258	560	886
M	662	671	737
<b>LUSITANIA</b>			
< 30 anos	1	7	6
Dos 30 aos 50 anos	61	130	232
> 50 anos	27	27	46
F	23	60	168
M	66	104	116

O Grupo Montepio aposta no recrutamento interno para dar resposta às necessidades organizacionais e, simultaneamente, através da mobilidade, para criar oportunidades de valorização para os colaboradores. Não obstante, em 2015 foram realizadas contratações pontuais de pessoal.

	GÊNERO		REGIÃO				FAIXA ETÁRIA		
	Fem.	Masc.	Norte	Centro	Sul	Ilhas	< 30	30 - 50	> 50
Novas contratações	21	12	4	22	5	2	12	19	2
Rotatividade	22	51	15	43	11	23	9	28	61

Masculino	Serviços Centrais	Contrato permanente /prazo indeterminado
54%	45%	99,5%
Feminino	Serviços Comerciais	A tempo integral
46%	55%	99,6%

% de colaboradores

## DESENVOLVIMENTO DO CAPITAL HUMANO

### SISTEMA DE GESTÃO DE DESEMPENHO

A envolvente externa tem vindo a colocar à CEMG e à AM um vasto conjunto de desafios, de natureza financeira, de supervisão e de relação com os seus *stakeholders*. As diligências de ajustamento a esses desafios exigem respostas assertivas, com vista à potenciação da eficácia da Instituição e à eficiência dos respetivos processos.

A promoção da cultura e dos valores Montepio, bem como o cumprimento dos Objetivos Estratégicos, nomeadamente no que se refere à valorização do mérito, em sintonia com o valor criado por cada interveniente, exige a adaptação de diversos processos, entre os quais o Sistema de Gestão de Desempenho (SGD), mediante reformulação das dimensões integrantes deste valioso instrumento de gestão (competências e objetivos), em articulação com os *stakeholders* relevantes, numa visão integradora com os instrumentos de medição de desempenho existentes na CEMG e na AM. Assim, considerando a importância, dimensão e envolvimento de diversos parceiros neste processo, foi deliberada a suspensão do processo de avaliação referente ao ano de 2015 e a implementação, previsivelmente em 2017, do novo modelo de Gestão Desempenho, precedida da devida comunicação e formação transversal aos colaboradores. No que concerne à Lusitania, 520 colaboradores (97% do total) foram avaliados em 2015 segundo este sistema – promovendo a contínua interação entre os elevados quadros de gestão o que se traduz no acompanhamento e aconselhamento dos mesmos, fomentando o seu desenvolvimento pessoal e profissional.

### FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS

O Grupo Montepio, consciente de que os colaboradores são os principais ativos da instituição, tem vindo a desenvolver esforços que assegurem a sua formação, desenvolvimento e bem-estar.

Com base na política de formação em vigor, são identificadas periodicamente as necessidades de formação dos colaboradores, e assegurada a avaliação da eficiência e eficácia da política de formação, com vista a promover uma maior motivação e organização de equipa repercutindo-se em melhor desempenho pessoal e coletivo.

Por conseguinte, em 2015 foram cumpridos os principais objetivos previstos no plano de formação, orientados para dar resposta a obrigações legais e compromissos assumidos com entidades de supervisão, apoio à certificação internacional de auditores internos e implementação das iniciativas do programa Montepio i9.

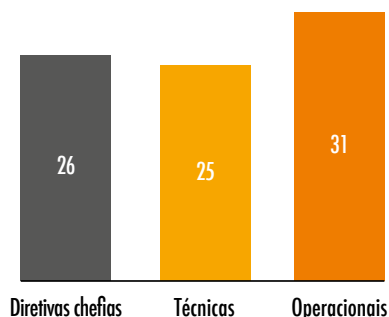
## PROGRAMA I9

O programa Montepio i9 visa assegurar a modernização de pilares considerados fundamentais para dotar a CEMG de uma capacidade única na resposta às novas exigências de mercado.

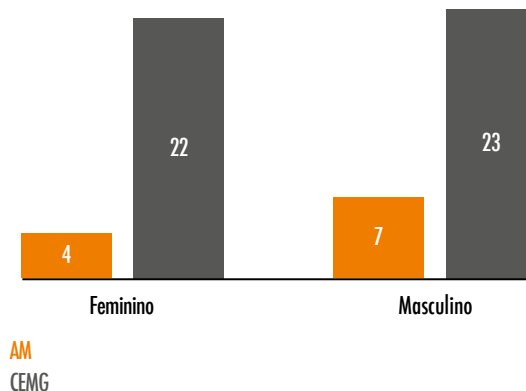
Sendo os Recursos Humanos um dos eixos sustentadores do Montepio i9, pretende-se gerar a mudança a partir das pessoas, investindo na sua valorização e desenvolvimento permanentes, de modo a impulsionar a sua capacitação e o seu grau de envolvimento e de responsabilização no próprio processo.

Tendo por base estes propósitos, a estratégia formativa delineada para o projeto i9 teve como princípio orientador o envolvimento dos colaboradores em todas as etapas do processo. Recorrendo a uma *pool* multifacetada de formadores internos, foi constituída uma equipa de dinamizadores que, antes do momento da multiplicação – 350 sessões no terreno junto de mais 2 000 colaboradores, refletiu sobre o papel e o *mindset* do dinamizador face à mudança, construiu cenários para antecipar situações no terreno e treinou ferramentas de comunicação. Igualmente na ótica do envolvimento e da auscultação dos colaboradores, em 2015, foi efetuado um estudo de Clima Organizacional de modo a mapear as motivações, perceções e expetativas das equipas.

NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE FORMAÇÃO  
POR GRUPO PROFISSIONAL



NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE FORMAÇÃO  
POR EMPRESA E POR GÉNERO



## PRINCIPAIS CURSOS REALIZADOS

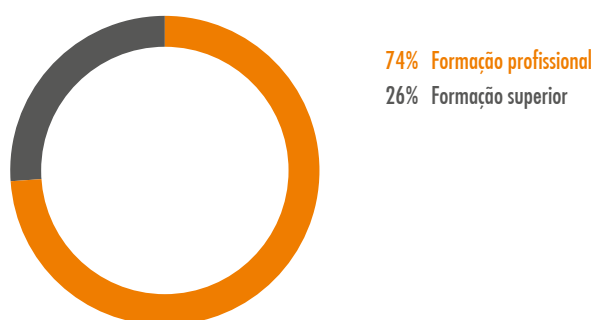
- Apoio à Certificação de Auditores Internos – presencial;
- Business English – presencial;
- Conhecimento da Nota de Euro – *e-learning*;
- Conhecimento da Moeda Metálica de Euro – *e-learning*;
- MoneyGram – Prevenção de Fraudes – *e-learning*;
- Montepio i9 – Formação de Formadores – presencial;
- Montepio i9 – Formação de Utilizadores – presencial;
- Negociar a Recuperação de Crédito – presencial;
- Negócio Internacional – Trade Finance – presencial;
- Prevenção do Branqueamento Capitais e Financiamento do Terrorismo – *e-learning*;
- Primeiros Socorros, Combate a Incêndios e Evacuação de Edifícios – presencial;
- Produtos Financeiros Complexos – presencial;
- Seguros Ramos Vida e Não Vida – Mediador Ligado – *e-learning*;
- Seguros Plataforma Lusitania – presencial;
- Temas Fiscais – presencial;
- Voluntariado Corporativo – *e-learning*.

Adicionalmente, 46 colaboradores do Grupo Montepio frequentaram programas de formação superior – licenciaturas, pós-graduações e mestrados.

No âmbito da formação superior destacaram-se as seguintes áreas:

- Economia Social (protocolos Fundação Montepio);
- Direito bancário (protocolo AM);
- Análise Financeira;
- Compliance;
- Gestão de Vendas/Comercial;
- Gestão Bancária.

#### DISTRIBUIÇÃO DE CUSTOS POR TIPO DE FORMAÇÃO FINANCIADA (%)



No ano de reporte a CEMG e AM (inclui Fundação) registaram um número total de horas de formação de 86 171.

#### INDICADORES DE FORMAÇÃO AM E CEMG

	2014	2015	AM	CEMG
<b>N.º AÇÕES DE FORMAÇÃO</b>	<b>330</b>	<b>1 091</b>	<b>55</b>	<b>1 036</b>
Presencial	279	1 048	54	994
<i>e-learning</i>	53	43	1	42
N.º horas de formação	60 057	86 171	446	85 725
N.º participantes	3 139	3 770	77	3 693
Horas por colaborador	15	22	6	23
Colaboradores abrangidos por formação	80%	98%	94%	98%



Na Lusitania, 304 colaboradores receberam formação em 2015, num total de 6 326 horas, tendo sido realizadas 120 ações com 687 participações.

No ano de reporte foram realizadas 9 ações destinadas a mediadores da Companhia, envolvendo 141 pessoas, totalizando 295 horas e promoveram-se duas novas sessões do Curso de Qualificação de PDEAMS – Pessoas Diretamente Envolvidas na Atividade de Mediação de Seguros e Resseguros, nas quais participaram 82 colaboradores dos agentes da Lusitania e 68 trabalhadores da CEMG.

No quadro da formação à distância realizou-se uma nova edição do Curso de Qualificação de Mediadores de Seguros, para um universo de 81 formandos, num total de 8 100 horas.

### PROGRAMA DE ESTÁGIOS

Como forma de facilitar a integração dos jovens na vida ativa e de lhes proporcionar uma primeira experiência laboral, desenvolver competências técnicas e comportamentais, o Grupo Montepio tem sido promotor de estágios profissionais, para vários níveis de qualificação académica. Em 2015 estiveram em curso 120 estágios distribuídos por estágios profissionais (66%) e curriculares (34%). Nesse contexto, os estágios curriculares foram concedidos através de protocolos celebrados com vários estabelecimentos de ensino secundário e superior.

### PROJETO DAR

A conceção do projeto DAR assenta 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).

No âmbito desses pilares foram realizadas e estabelecidas ações de Promoção para a Saúde, parcerias para apoio aos colaboradores com diversas entidades (através dos Serviços Sociais que a CEMG apoia financeiramente) e ações de voluntariado.

Paralelamente, para promoção da Igualdade de Género, a CEMG participou, na qualidade de observadora, em diversas plenárias e outros eventos do Fórum de Empresas para a Igualdade de Género (IGEN), preparando a sua adesão ao mesmo.

## BENEFÍCIOS AOS COLABORADORES

Em 2015, o Grupo Montepio manteve um conjunto de benefícios aos colaboradores, tendo em vista o seu bem-estar e conciliação entre a vida pessoal e profissional.

### 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;
- Protocolo dos Colaboradores do Grupo Montepio.

### BEM-ESTAR

- Segurança e saúde no trabalho, com avaliações de saúde periódicas, e de risco dos locais de trabalho;
- Seguro de Saúde Lusitania;
- 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 um 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.

### 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;
- Descontos Aquashow, desde 2004.

### COMERCIAIS E FINANCEIROS

- Linha de Crédito exclusiva a colaboradores da CEMG;
- Protocolo Grupo Montepio.

## 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);
- 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

---

- Programas sociais, recreativos e culturais extensíveis ao agregado familiar;
  - Seminário apoio ao/à 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 complementaridade aos benefícios oferecidos aos colaboradores, em 2015 foram mantidas as práticas de apoio social aos seus colaboradores. A intervenção de apoio social constitui-se uma instância de mediação entre colaboradores, equipas, organização e a sociedade, sendo operacionalizada através de parcerias estabelecidas com diversas entidades. Neste sentido, através de uma equipa de técnicos multidisciplinar, foram realizadas análises casuísticas e identificadas soluções para as diferentes necessidades manifestadas, entre elas:

- 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.

## VOLUNTARIADO CORPORATIVO

O Programa de Voluntariado Corporativo, gerido pelo Gabinete de Responsabilidade Social, foi mantido em 2015, contando com cerca de 1 400 colaboradores e reformados inscritos na Bolsa do Voluntariado (+ 8% face a 2015). No âmbito da política de responsabilidade social interna, foram promovidas 34 ações de voluntariado corporativo, que envolveram o estabelecimento de parcerias com 36 entidades externas nos diversos domínios de atuação – social, ambiental, proteção animal e cultural.

De destacar a 3ª edição do Dia do Voluntariado do Grupo Montepio que abrangeu 23 ações, em simultâneo, com cerca de 400 voluntários no terreno e mais de 500 pessoas envolvidas – nomeadamente clientes das entidades beneficiadas e estudantes de escolas profissionais.

Também neste dia, foi lançado o curso *e-learning* de voluntariado – tendo tido uma enorme adesão dos colaboradores, cerca de 90% – o que, conjuntamente com a distribuição de um “*Guia do Colaborador Voluntário – Como ser solidário sem sair do trabalho*”, e ainda a publicação de uma *E-Newsletter* periódica sobre Voluntariado Corporativo, aumentou o grau de conhecimento dos colaboradores sobre a existência desta política do Grupo e provocou um acréscimo de inscrições no Programa de Voluntariado Corporativo.

Para além das ações coletivas e individuais de voluntariado promovidas pelo Montepio, são ainda realizadas diversas ações em parceria com o GRACE e com a Junior Achievement.

## SAÚDE E SEGURANÇA

O Grupo Montepio adota uma abordagem holística na promoção da saúde e bem-estar dos seus colaboradores, envolvendo as famílias e a comunidade. Para levar a cabo esta linha de orientação, existe na CEMG:

- O núcleo de Segurança no Trabalho e Emergência (SHT), que tem como missão 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; e
- A área da Saúde no Trabalho da CEMG (ST), composta por técnicos detentores das competências e certificações profissionais exigidas pelas entidades reguladoras.

### MEDICINA NO TRABALHO E ACIDENTES DE TRABALHO

Durante o ano, a CEMG assegurou os habituais exames médicos de admissão, periódicos e ocasionais, através de médicos de trabalho próprios e de entidades prestadoras de serviços coordenadas.

Em 2015, manteve-se o acompanhamento e o controlo interno dos exames periódicos realizados pelas empresas que colaboram nesta área, tendo sido realizados 98% do previsto para o ano na CEMG.

Por sua vez, a AM através do serviço de SST da CEMG, assegurou os exames de admissão dos quatro elementos contratados.

Pela primeira vez, a Lusitania proporcionou aos seus colaboradores serviços médicos e de enfermagem regulares, tendo sido realizadas 253 consultas em Lisboa e 139 no Porto.

39  
Exames  
de admissão

2 465  
Exames  
periódicos

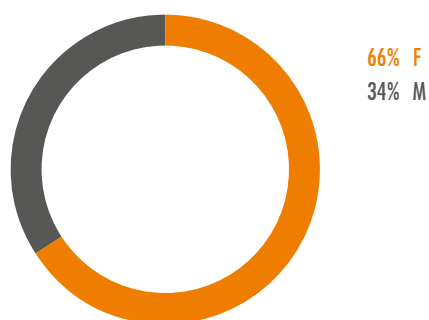
177  
Exames  
ocasionais

Atento à distribuição de alguns riscos de saúde pelos grupos etários e a prevalência de determinadas patologias na instituição, o Grupo Montepio optou por facultar alguns exames complementares de diagnóstico específico aos trabalhadores acima dos 50 anos.

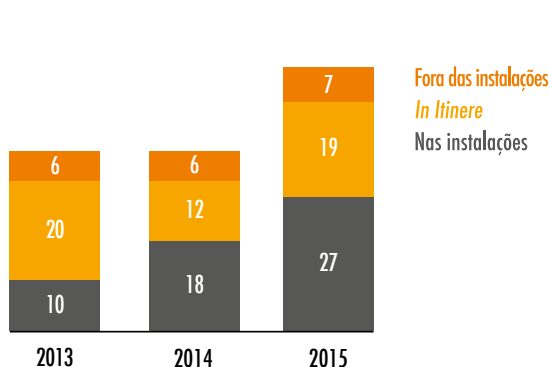
Adicionalmente deu-se continuidade ao procedimento de elaboração do perfil das nosologias dos colaboradores, mediante análise dos exames médicos realizados, permitindo elaborar um diagnóstico da saúde da população Montepio, cujos resultados demonstraram que esta população parece reproduzir o perfil da saúde dos cidadãos portugueses no que se refere aos fatores de risco que mais contribuem para o total de anos de vida saudável perdidos (hábitos alimentares inadequados, hipertensão arterial e índice de massa corporal elevado). Este processo permitiu um acompanhamento personalizado de situações de aparente risco bem como a possível minimização dos impactos das potenciais consequências das doenças prolongadas. O apoio disponibilizado aos colaboradores, valorizando o indivíduo, bem como a prevenção e mitigação de riscos de saúde com impacto em indicadores de produtividade, promove o clima social da organização. Foi ainda administrada a vacina da gripe sazonal a todos os colaboradores que se inscreveram na Campanha de Vacinação abrangendo no total 819 colaboradores. Também a exemplo de anos anteriores, foi efetuada a distribuição de equipamento ergonómico a colaboradores com fatores de risco.

A monitorização dos acidentes de trabalho pelos técnicos da área da Saúde do Trabalho resultou no adequado apoio clínico, tendo ocorrido em 2015 no total 53 acidentes de trabalho, dos quais 34 foram acidentes que resultaram em baixa (CEMG).

#### DISTRIBUIÇÃO DO N.º TOTAL DE ACIDENTES, POR GÉNERO (CEMG)



#### N.º DE ACIDENTES TOTAIS DE TRABALHO POR LOCAL (CEMG)



#### 53 ACIDENTES DE TRABALHO (CEMG)



A variação nesta dimensão da SST – aumento de 47% dos acidentes de trabalho, será alvo de análise no âmbito de Grupo de Trabalho alargado.

## INICIATIVAS DE PROMOÇÃO DA SAÚDE

Durante o ano de 2015, o Grupo Montepio desenvolveu atividades de prevenção e bem-estar ao abrigo do Programa Trabalhar em Tempo de Mudança e de outras iniciativas.

### PROGRAMA TRABALHAR EM TEMPO DE MUDANÇA

No âmbito deste programa, foram desenvolvidas as seguintes atividades:

- Ação de sensibilização com apresentação dedicada ao tema "Riscos Psicossociais" – tendo sido disponibilizado material de informação sobre a Campanha de Locais de Trabalho Saudáveis e a Gestão do Stress da Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho;
- Apoio psicológico (presencial e telefónico) regular a colaboradores identificados com essa necessidade;
- Desenvolvimento da ação "Informação Saúde no Trabalho & Apoio Social", cujo objetivo passou por dar a conhecer a área da Saúde no Trabalho, bem como os riscos mais relevantes relacionados com as principais atividades do Grupo Montepio – informação fundamental no momento de admissão dos colaboradores.

### OUTRAS INICIATIVAS

O Grupo Montepio realizou, em paralelo ao programa acima apresentado, um conjunto de atividades de sensibilização para a saúde e bem-estar, entre elas:

- Iniciativas de comunicação interna de sensibilização para temáticas específicas de SST: Diabetes, Saúde Mental, Prevenção do Cancro da Mama, Exposição solar, Obesidade e Luta contra o Cancro;
- Celebração do Dia Mundial do Coração – rastreio cardiovascular em parceria com a Fundação Professor Fernando de Pádua (*atmosfera m*);
- 3ª Corrida Montepio;
- Estabelecimento de protocolos com ginásios, passeios e convívios (em colaboração com os Serviços Sociais);
- Campanha "Vá pelas Escadas" – tendo em conta o sedentarismo inerente ao tipo de atividade habitualmente exercida pelos colaboradores, procedeu-se à divulgação e colocação de cartazes em pontos-chave dos diversos edifícios do Grupo Montepio (por todo o país) e ao envolvimento de interlocutores chave – com vista à promoção de hábitos de atividade física quotidiana.

## ANEXOS

### TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA E REGIÃO

		AM		CEMG		LUSITANIA	
		F	M	F	M	F	M
Taxa de Novas Contratações (%)	<30	100%	0%	21%	6%	0%	17%
	30 a 50	6%	0%	0%	0%	2%	1%
	>50	0%	0%	0%	0%	2%	2%
	Norte	0%	0%	0%	0%	1%	2%
	Centro	9%	0%	1%	0%	5%	0%
	Sul	0%	0%	0%	0%	1%	2%
	Ilhas	0%	0%	1%	1%	0%	0%
Taxa de Rotatividade(%)	<30	0%	0%	12%	9%	13%	17%
	30 a 50	0%	0%	1%	1%	4%	1%
	>50	0%	0%	0%	3%	2%	11%
	Norte	0%	0%	1%	1%	6%	5%
	Centro	0%	0%	1%	2%	0%	4%
	Sul	0%	0%	1%	2%	2%	2%
	Ilhas	0%	0%	0%	5%	0%	0%

### COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO, EMPREGO E REGIÃO\*

		AM		CEMG		LUSITANIA	
		F	M	F	M	F	M
Tipo de Contrato	Permanentes/prazo indeterminado (n.º)	44	35	1 688	2 067	251	285
	Temporários/prazo determinado (n.º)	3	0	16	3	0	1
Tipo de Emprego	Tempo integral (n.º)	47	35	1 687	2 069	251	286
	Tempo parcial (n.º)	0	0	17	1	0	0
Região	Norte (n.º)	3	4	527	674	93	93
	Centro (n.º)	44	31	935	1 112	20	26
	Sul (n.º)	0	0	169	198	136	164
	Ilhas (n.º)	0	0	73	86	2	3

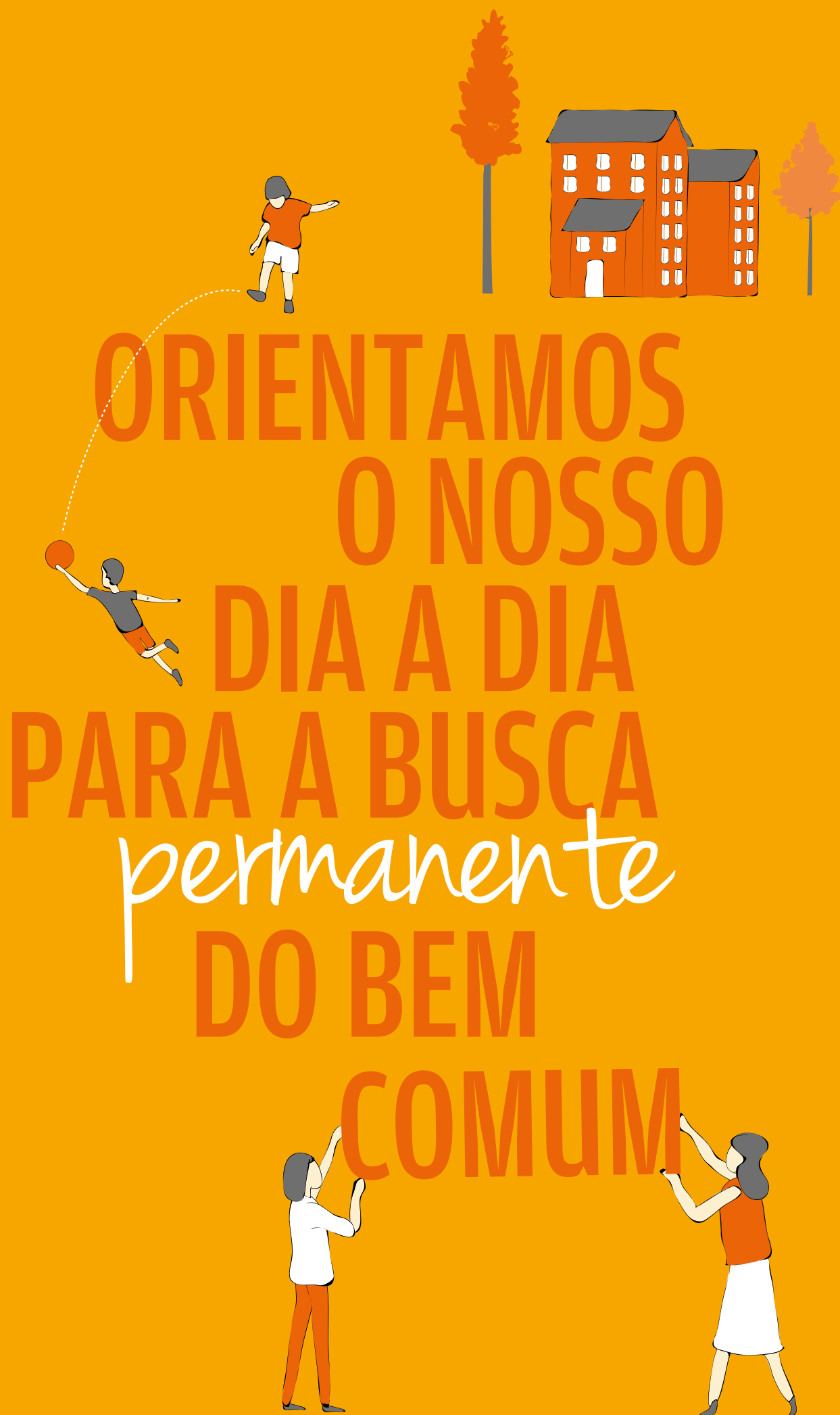
\* As definições de região são distintas entre entidades

09.

Investir em ações que beneficiam a comunidade







ORIENTAMOS  
O NOSSO  
DIA A DIA  
PARA A BUSCA  
*permanente*  
DO BEM  
COMUM

## INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE

A Fundação Montepio, enquanto entidade responsável pela vertente de envolvimento no domínio da comunidade, promove diversas ações nas áreas da saúde, solidariedade, educação e formação, bem como noutros campos complementares, promotores da cidadania e do desenvolvimento da sociedade portuguesa. A estratégia da Fundação considera quatro linhas de orientação estratégica (LOE), em torno dos quais os projetos e programas da Fundação se orientam. Em 2015, ano em que a Fundação celebra o seu vigésimo aniversário, acentuaram-se as tendências de focalização em projetos de maior dimensão e impacto social e de afirmação da Fundação como entidade autónoma e com uma missão e valores próprios, ainda que em estreita sintonia com o Grupo.

### LINHAS DE ATUAÇÃO ESTRATÉGICA DA FUNDAÇÃO

#### PROMOVER RESPOSTAS ECONÓMICAS E SOCIAIS INOVADORAS

##### OBJETIVOS GERAIS

- Apoiar técnica e financeiramente projetos nas áreas da solidariedade, saúde, educação e formação, numa ação complementar e não substitutiva do Estado;
- Contribuir para a sustentabilidade dos projetos;
- Promover a qualidade global das organizações nomeadamente, fomentar a capacitação dos dirigentes e quadros técnicos das organizações.

##### ÁREAS DE INTERVENÇÃO

- Combate ao desemprego, Comunidade, Deficiência, Educação / Formação, Empreendedorismo, Envelhecimento, Infância e Juventude, Saúde e Capacitação de Organizações.

##### PROJETOS PRÓPRIOS DA FUNDAÇÃO

- Prémio Escolar Montepio;
- Prémio Voluntariado Jovem;
- Frota Solidária.

#### DIVERSIFICAR GEOGRAFICAMENTE A INTERVENÇÃO DA FUNDAÇÃO

##### OBJETIVOS GERAIS

- Garantir uma distribuição mais equitativa dos recursos da Fundação;
- Aprofundar a relação de proximidade com a comunidade e com as outras entidades do grupo, aproveitando as sinergias locais;
- Aumentar o conhecimento sobre a realidade do país e fomentar a resolução local dos problemas.

## APOIAR A DINAMIZAÇÃO DA CIDADANIA ATIVA

### OBJETIVOS GERAIS

- Estimular a participação cívica das organizações de economia e a sua democracia interna;
- Sensibilizar a comunidade em geral para os domínios do mutualismo, cidadania, voluntariado, ambiente e educação financeira.

### ÁREAS DE INTERVENÇÃO E PRINCIPAIS PROJETOS

- Cidadania, Comunidade, Educação/Formação, Envelhecimento, Infância e Juventude, Voluntariado e Participação Cívica;

## AFINAR A IDENTIDADE DA FUNDAÇÃO COMO PROTAGONISTA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EXTERNA DO GRUPO

### OBJETIVOS GERAIS

- Divulgar e consolidar a política de Responsabilidade Social do Grupo Montepio;
- Divulgar a missão, valores e fins da Fundação;
- Contribuir para a consolidação e disseminação da política de Responsabilidade Social externa do Grupo.

### ÁREAS DE INTERVENÇÃO E PRINCIPAIS PROJETOS

- Responsabilidade social e cidadania corporativa;
- Comunidade;
- Voluntariado (*Junior Achievement*, Confederação Portuguesa de Voluntariado).

A atividade da Fundação contribui para a prossecução dos objetivos definidos pelo Grupo Montepio no âmbito do eixo de “Cooperação” da sua Estratégia de Responsabilidade Social.

## OBJETIVO Montepio

### COOPERAÇÃO

REFORÇAR AS RELAÇÕES E A RENTABILIZAÇÃO DE RECURSOS INTERNOS

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

DESENVOLVER UMA CARTOGRAFIA DA SOLIDARIEDADE

- Levantamento das boas práticas na economia social

ALARGAR A CAPILARIDADE E FOCALIZAÇÃO DA INTERVENÇÃO

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

FORTALECER AS REDES DE PARCERIA INTERNAS E EXTERNAS

- Adoção de uma perspetiva de Grupo em matérias de desenvolvimento sustentável
- Alargamento e consolidação das parcerias com entidades congéneres
- Estabelecimento de protocolos de colaboração e parcerias comerciais para promoção do tecido empresarial e da economia social

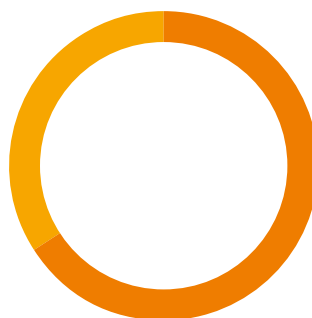
## EFICIÊNCIA E IMPACTO DOS PROGRAMAS E DOS PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Ao longo de 2015 deram entrada na Fundação 552 solicitações de apoio, tendo sido registados como pedidos potencialmente enquadrados nos fins da Fundação, 375, o dobro do número registado no Portal em 2014. Após cuidadosa análise, foram deferidos 137 projetos, a que correspondeu um financiamento no montante 1 472 814,53 euros. A Fundação continua a afetar uma dotação menor aos seus projetos próprios (35%) face ao total de investimentos efetuados a projetos de outras entidades, cerca de 65%, maioria em parceria.

Acompanhando a tendência dos últimos anos, registou-se uma diminuição do valor total dos apoios concedidos e

do número de projetos apoiados em 2015, relativamente a 2014. Quanto ao valor médio por projeto apoiado registou um ligeiro aumento para 10 750,47 euros face aos 10 542,65 euros de 2014.

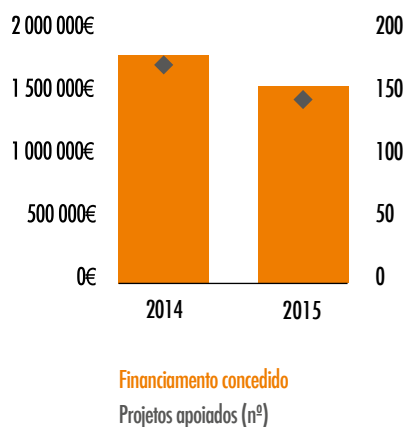
No que se refere à distribuição geográfica dos projetos apoiados, prosseguindo o objetivo estratégico da Fundação de diversificar geograficamente a sua intervenção, a ação da Fundação Montepio esteve presente em praticamente todos os distritos e nas duas regiões autónomas. Ao analisarmos os projetos apoiados pela Fundação Montepio, num total de 137, verifica-se que apenas dois distritos não foram objeto da presença e apoio da Fundação, circunstância que a Fundação pretende avaliar e corrigir durante o próximo ano.



65%  
Projetos de outras  
entidades  
956 166,45

35%  
Projetos próprios  
da Fundação  
516 648,08

## PROJETOS E APOIOS CONCEDIDOS



### DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DOS APOIOS CONCEDIDOS EM 2015



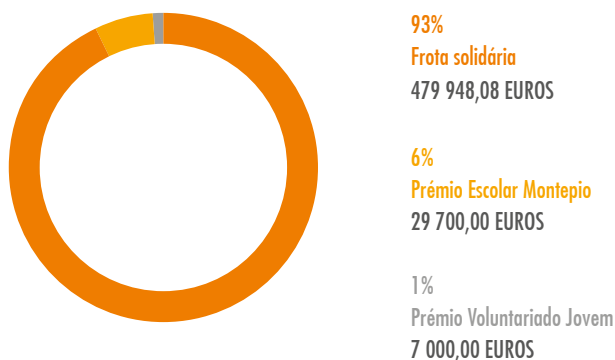
## PROJETOS PRÓPRIOS DA FUNDAÇÃO MONTEPIO

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.

A Fundação afetou o montante global de 516 648 euros para o desenvolvimento de projetos próprios, valor inferior ao registado em 2014 (618 523 euros) em virtude do decréscimo do número de projetos e valores atribuídos no âmbito do Prémio Escolar Montepio, e da suspensão, em 2015, do Programa de Incentivo ao Ensino Superior.

De entre os projetos próprios, verifica-se que, à semelhança do ano anterior, o projeto Frota Solidária continua a ser o projeto próprio ao qual a Fundação alocou mais recursos financeiros, cerca de 93% do total dos recursos afetos ao conjunto dos projetos próprios.

De referir ainda a suspensão do projeto Programa Incentivo Superior, encontrando-se a Fundação a refletir sobre a continuidade do mesmo e sobre a melhor forma de colaborar com as Universidades.

**VALOR AFETO A PROJETOS PRÓPRIOS DA FUNDAÇÃO (516 648,08 EUROS)**

### PROJETO FROTA SOLIDÁRIA

A Frota Solidária, projeto fundamental para a economia social portuguesa que, desde 2008, já beneficiou 144 instituições, 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.

Em 2015, as 20 instituições beneficiadas representam intervenções diferenciadas em diversos pontos do país, unidas pela mesma necessidade de garantir melhor e maior mobilidade aos seus clientes e por constituírem exemplos meritórios de trabalho social.

Os resultados positivos deste projeto são indiscutíveis, pois permitem melhorar a qualidade e segurança do serviço prestado às populações residentes em locais mais isolados ou com maiores dificuldades de mobilidade.

Porém, verifica-se uma redução do valor obtido ao nível da consignação fiscal uma vez que existe um número cada vez maior de entidades que solicitam esta prerrogativa fiscal. Assim, a premissa inicial foi alterada, tendo sido necessário garantir, um reforço no orçamento



da Fundação em cerca de 164 994 euros que, a juntar aos 314 954 euros recebidos da Consignação Fiscal em 2014, permitiram, em 2015, garantir a concessão de 20 viaturas. As viaturas foram entregues em cerimónia pública no dia 15 de Setembro de 2015, na cidade de Braga.

### PRÉMIO VOLUNTARIADO JOVEM

O Prémio Voluntariado Jovem visa estimular a criação de projetos inovadores de voluntariado jovem, promover o empreendedorismo em prol do voluntariado e estimular o conhecimento e a formação sobre voluntariado.

Em 2015 foi testado um novo modelo de implementação do Prémio: cinco organizações foram selecionadas para participar no “Dia do Voluntariado Jovem”, dedicado à construção de um projeto de voluntariado que respondesse ao problema do desemprego jovem. Foram as seguintes as entidades participantes:

- a) Associação Erasmus Student Network Minho (Braga);
- b) Associação Grupo de Caretos de Podence (Macedo de Cavaleiros, Bragança);
- c) Bué Fixe – Associação de Jovens (Amadora, Lisboa);
- d) Lifeshaker – Associação (Almada, Setúbal);
- e) Sonha, Faz e Acontece – Associação de Empreendedorismo Social e Voluntariado (Lisboa).

As equipas, todas constituídas por jovens, apresentaram as suas ideias perante um Júri de especialistas nos temas do voluntariado e do desemprego, representando a Fundação Eugénio de Almeida e o IPAV – Instituto Padre António Vieira.



O Prémio, no valor de 5 mil euros, foi entregue à Associação Sonha, Faz e Acontece – Associação de Empreendedorismo Social e Voluntariado, que apresentou o projeto “Faz Acontecer Emprego”, dedicado ao desemprego jovem dos estudantes dos PALOP. Pela qualidade e inovação dos projetos, o júri decidiu atribuir, a título excecional, quatro menções honrosas e prémios monetários, no valor de 500 euros, a cada uma das restantes organizações finalistas.

### PRÊMIO ESCOLAR MONTEPIO

O Prémio Escolar Montepio, criado em 2008, é uma iniciativa destinada a 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 de boas práticas educativas que melhorem as condições de aprendizagem, a aproximação da comunidade à escola, prevenindo o abandono e o insucesso escolares.

Em 2015, foi revisto o regulamento, o formulário e a estratégia de divulgação do Prémio Escolar, por forma a garantir maior eficácia e adequação às necessidades dos potenciais candidatos.

Em 2015, a Fundação recebeu catorze candidaturas de diversas escolas de todo o país e selecionou dois projetos:

- “Leituras com Ciência na era da multiplicação de ecrãs – desafios e oportunidades para os professores e alunos”, apresentado pelo Agrupamento de escolas de Vila Cova, em Barcelos, e contemplado com um prémio no valor de 20 000,00 euros;
- “Laboratório Vivo”, apresentado pelo Agrupamento de Escolas de Pedrouços, na Maia, e contemplado com um valor de 9 700,00 euros.



### ADESÃO À PAR – PLATAFORMA DE APOIO AOS REFUGIADOS

2015 ficou marcado pela adesão da Fundação à PAR – Plataforma de Apoio aos Refugiados e pela participação no Projeto de Governação Integrada, que nasceu de uma iniciativa de parceria entre diversas entidades com vista a refletir e induzir práticas de governação integrada em todos os setores, com especial predominância na economia social, de modo a enfrentar os problemas sociais complexos.

## PROJETOS DESENVOLVIDOS EM PARCERIA

Projetos desenvolvidos em parceria com outras entidades financiadoras, 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:

## PROJETOS

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



**GEPE**

Grupo de Entreeajuda para a Procura de Emprego

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

**Objetivo:** Promover reuniões periódicas de grupos informais de pessoas desempregadas, cujo objetivo é a procura ativa de emprego, na qual todos os membros do grupo colaboram e se entreeajudam.

#### DESTAQUES 2015:

- Estiveram ativos 51 grupos, que foram acolhidos por 47 instituições anfitriãs e dinamizados por uma centena de animadores voluntários que semanalmente acompanharam os 727 participantes.
- Foram ainda desenvolvidas as seguintes atividades, entre outras: Congresso GEPE (149 participantes); Encontro Regional de Animadores em Ourém (18 participantes de 4 Grupos); Avaliação do Projeto 2013-2015; sessões de formação; História do Futuro (3 formações de 6 dias sobre empregabilidade com mais de 70 participantes).
- O Projeto GEPE apresenta uma taxa de empregabilidade de 35,4%.

#### PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:

727 participantes

### ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Comunidade*

**Projeto “Ser mais Solidário”**, desenvolvido pelo Lions Clubs International Distrito 115 Centro Sul.

**Objetivo:** apoiar agregados familiares de 3–5 elementos da classe média, em situação de vulnerabilidade económica, por doença ou desemprego, mas com capacidade para reacquirição de autonomia e, portanto, não enquadráveis nas candidaturas a apoios sociais da tutela.

#### DESTAQUES 2015:

- A Fundação apoia este Projeto através da emissão de cartões pré-pagos do Montepio, no valor de 180€/mês, prevendo a possibilidade das famílias gerirem uma verba e tomarem decisões sobre as prioridades que devem satisfazer, não tendo esta, necessariamente, que ser canalizada para a satisfação das necessidades básicas
- Em 2015, foram apoiadas 26 famílias, de forma discreta e inclusiva, combatendo a pobreza sem exposição da vulnerabilidade, como é o lema da Fundação Montepio.

#### PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:

26 famílias apoiadas



## ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Comunidade*



**Projeto Cuidar Melhor**, realizado em parceria com 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 2015:

- Os três gabinetes em funcionamento que prestam serviços de informação, encaminhamento, apoio jurídico, formação, alívio ao cuidador e serviços clínicos realizaram 523 atendimentos a cuidadores familiares e efetuaram 538 serviços clínicos.
- Foram criados quatro novos Cafés Memória (Oeiras, Viseu, Braga e Guimarães) e renovadas as parcerias para um 2.º ou 3.º ano de atividade dos Cafés Memória de Lisboa (3), Cascais, Viana do Castelo e Porto. Ao longo de 2015, os Cafés Memória reuniram 463 participantes num total de 1 676 participações.
- de forma a sensibilizar a comunidade para o tema das demências e formar cuidadores familiares e profissionais nesta área específica de intervenção, foram realizadas 25 ações de sensibilização com 1 318 participantes em 2015 e foram realizadas 22 ações de formação, 16 das quais dirigidas a familiares e seis dirigidas a profissionais. Estas ações reuniram, no total, 230 participantes.

### PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:

523 atendimentos a cuidadores familiares  
538 serviços clínicos  
1 676 participações nos Cafés Memória

## ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Deficiência*



**MOBILIDADE  
POSITIVA®**  
SOCIEDADE PORTUGUESA  
PARA A MOBILIDADE

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

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

### DESTAQUES 2015:

- A Fundação mudou a vida de nove pessoas contribuindo para a sua plena inclusão.

### PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:

nove participantes

ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Educação e formação*



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

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

**DESTAQUES 2015:**

- Em 2015, a Fundação apoiou um jovem.

**PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:**

dois participantes por ano

ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Educação e formação*



**Academia Ubuntu**, levado a cabo pelo IPAV – Instituto Padre António Vieira e com a parceria da Fundação Gulbenkian, Lipor e Everis.

**Objetivo:** Trabalhar competências de jovens provenientes de territórios desfavorecidos.

**DESTAQUES 2015:**

- Em 2015, este projeto permitiu a formação de cerca de 100 jovens, englobados em diversos seminários formativos.

**PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:**

100 participantes

ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Empreendedorismo*



**EAPN – Rede Europeia Anti-Pobreza**

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

**DESTAQUES 2015:**

- A Fundação financiou o desenvolvimento da intervenção no domínio do microcrédito no Montepio e sua avaliação técnica, no valor de 13 684,45 euros. Esta parceria constitui um aspeto inovador no domínio do microcrédito, permitindo complementar a intervenção financeira com o estudo social da iniciativa e tem constituído um importante apoio ao desenvolvimento desta iniciativa de responsabilidade social.
- A Fundação financia com 8 000€/ano a investigação vertida na publicação anual do Observatório – Luta Contra a Pobreza na Cidade de Lisboa.

**PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:**

8 000€/ano para a edição anual do Observatório – Luta Contra a Pobreza na Cidade de Lisboa

ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Capacitação*



**Projeto MAIS – Melhor Ação e Inovação Social,** uma parceria entre a Fundação Montepio, o Programa Cidadania Ativa – EEA Grants | Fundação Calouste Gulbenkian, a UDIPSS – Porto, a TESE – Associação para o Desenvolvimento, a Accenture, a Católica Porto Business School e a Impulso Positivo.

**Objetivo:** Formação na área da gestão de dirigentes e técnicos de organizações da economia social.

**DESTAQUES 2015:**

- Em 2015, a terceira edição deste projeto foi implementada na área de Santarém, com o apoio da UDIPSS de Santarém, e permitiu, até ao momento, após 128 horas de formação, capacitar 53 dirigentes de 43 organizações da economia social.

**PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:**

43 organizações da economia social envolvidas até à data

ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Capacitação*



**Programa Impacto Social,** em parceria com a CASES – Cooperativa António Sérgio para a Economia Social e com a 4change.

**Objetivo:** medição e demonstração do impacto social das intervenções das organizações da economia social, com utilização da metodologia SROI – Social Return on Investment.

**DESTAQUES 2015:**

- Em 2015 realizou-se a segunda edição deste Programa que culminou com uma conferência internacional sobre o tema, no âmbito da qual as 10 organizações selecionadas tiveram oportunidade de apresentar os seus projetos, perante um painel de potenciais parceiros e investidores, numa audiência de mais de 200 pessoas.

**PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:**

10 organizações apresentaram os seus projetos

ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Envelhecimento*



**Projeto UNISSETI.COM da UNISSETI – Universidade Sénior de Setúbal.**

**Objetivo/Linhas de orientação:** Combater a iliteracia digital na 3ª idade, através da aquisição de competências ao nível do conhecimento e do acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

**DESTAQUES 2015:**

- Abrangeu 110 seniores.

**PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:**

110 participantes

## ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Infância e Juventude*



**Projeto "Bolsa de Ações de Educação Parental" da APSI – Associação para a Promoção da Segurança Infantil.**

**Objetivo:** Sensibilizar os beneficiários das organizações para as questões de saúde e segurança das crianças nos primeiros anos de vida, de modo a prevenir acidentes.

### DESTAQUES 2015:

- Em 2015, estas ações, num total de 20 ministradas ao longo de todo o país, permitiram sensibilizar cerca de 397 famílias.

### PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:

397 famílias

## ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Infância e Juventude*



**Fundação Nossa Senhora do Bom Sucesso** realizado em parceria com a Associação Corações com Coroa.

**Objetivo:** Sensibilizar os beneficiários das organizações para as questões de saúde e segurança das crianças nos primeiros anos de vida, de modo a prevenir acidentes.

### DESTAQUES 2015:

- O apoio da Fundação permitiu beneficiar 25 crianças e respetivas famílias carenciadas, garantindo um acompanhamento terapêutico adequado e gratuito durante um ano, que se traduziu em 428 consultas.

### PRINCIPAIS INDICADORES DE IMPACTO:

25 crianças apoiadas

428 consultas

## PROJETOS EM QUE A FUNDAÇÃO É FINANCIADORA

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, sediadas 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.

**EM 2015, A FUNDAÇÃO CONCEDEU FINANCIAMENTO A CERCA DE 137 INSTITUIÇÕES DA ECONOMIA SOCIAL**

Foram autonomizados os financiamentos que tiveram como principal missão ajudar as instituições a reerguerem-se, a alargarem a sua atividade ou obterem fontes complementares de financiamento.

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

**DESTAQUES 2015:**

Cruz Vermelha Portuguesa para apoio ao projeto "Estado Puro", que permitiu a formação de reclusos do Estabelecimento Prisional de Sintra, capacitando-os e preparando-os para a sua inclusão na comunidade.

**ÁREA DE INTERVENÇÃO:** *Educação e formação*

**DESTAQUES 2015:**

Fundação Cidade de Lisboa para aquisição de equipamento necessário à atividade da instituição, destinada a acolher jovens estudantes universitários provenientes dos PALOP, mas que este ano iniciou um projeto de voluntariado destinado a beneficiar crianças de escolas e a prevenir o insucesso escolar. No âmbito deste projeto a Fundação Montepio assegurou ainda formação no módulo do enquadramento jurídico do voluntariado.

**ÁREA DE INTERVENÇÃO:** *Empreendedorismo*

**DESTAQUES 2015:**

Associação Mais Proximidade Melhor Vida para o projeto com o mesmo nome e que tem por objetivo atenuar a solidão e o isolamento em que vive a maioria das pessoas idosas na Baixa de Lisboa e Mouraria. Em 2015, foi concretizada a criação de uma associação que se autonomizou face ao Centro Social e Paroquial S. Nicolau, procurando dar continuidade ao trabalho iniciado em 2010, e que beneficiou 140 pessoas. Igualmente procedeu ao lançamento do Programa de Formação, Consultoria e Mentoria, em parceria com a Associação Resgate, que atua no Bairro de Campo de Ourique.

## OUTRAS INICIATIVAS QUE TAMBÉM CONTRIBUÍRAM PARA APOIAR A COMUNIDADE

A Fundação como protagonista da Responsabilidade Social externa do Grupo Montepio.

Representação externa do Grupo nas estruturas de responsabilidade social e nas organizações da economia social.

Em 2015 a Fundação manteve a qualidade de membro de diversas estruturas nacionais e internacionais nas áreas que são convergentes com a sua missão e valores, como decorre do quadro seguinte.

### REPRESENTAÇÕES EXTERNAS (EM EUROS)

Entidades	Valor
GRACE	17 500,00
Comité de Responsabilidade Social do ESBG	-
Centro Português de Fundações	3 500,00
BCSD Portugal	3 500,00
APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial	1 100,00
Organização Mundial da Família	314,61
Junior Achievement	17 500,00
Confederação Portuguesa de Voluntariado	60,00

A PARTICIPAÇÃO DA FUNDAÇÃO NO GRACE - **GRUPO DE REFLEXÃO E APOIO À CIDADANIA EMPRESARIAL** ASSUME PARTICULAR RELEVÂNCIA, JÁ QUE EXERCE AS FUNÇÕES DE PRESIDENTE DA DIREÇÃO. SOB A SUA PRESIDÊNCIA, O GRACE **CONTRIBUIU PARA O AUMENTO EM 30% DO NÚMERO DE ASSOCIADOS, TORNANDO-SE A MAIOR ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL** E UMA DAS MAIORES DA EUROPA.

No âmbito do “Voluntariado” regista-se a continuidade da relação com a Junior Achievement, assumindo a Fundação a função de tesoureiro da Direção. Esta ligação garantiu o envolvimento de 28 colaboradores do Montepio, com um número total de 335 horas de voluntariado que beneficiaram 843 alunos.

Adicionalmente aos projetos desenvolvidos e apoiados através da Fundação, as empresas do Grupo Montepio organizam iniciativas próprias alinhadas com os seus objetivos e com as naturezas de atividade específicas, envolvendo a Fundação, sempre que necessário.

## MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

### CORRIDA MONTEPIO

Pelo terceiro ano consecutivo, a AM promoveu a Corrida Montepio, uma das provas mais participadas em Portugal, na qual o valor das inscrições reverte, na totalidade, para uma instituição de carácter solidário.

Em 2015 a Corrida reuniu 11 mil participantes e resultou na angariação de 63 000 euros, destinados a apoiar a Liga Portuguesa contra o Cancro.



### 1.ª CORRIDA PELICAS

Em junho, realizou-se a 1.ª edição da Corrida Pelicas. Esta iniciativa solidária destinada às crianças reuniu, em Lisboa, cerca de 500 participantes e permitiu a angariação de 2,5 mil euros destinados à Operação Nariz Vermelho, numa associação aos Doutores Palhaços e à missão de levarem alegria às crianças hospitalizadas. Com organização da AM, a Corrida Pelicas teve por objetivo estimular, desde cedo, comportamentos e hábitos de vida saudável e concretizou-se ao longo de uma manhã pontuada pela boa disposição e pela participação de jovens, dos cinco aos 13 anos de idade, em provas de corrida divididas por vários escalões.



### PLATAFORMA GEOFUNDOS

A plataforma GEOfundos continuou a ser desenvolvida em 2015 com data prevista de lançamento a 16 de maio de 2016.

Com esta solução pretende-se contribuir para a sustentabilidade e a capacitação das entidades da economia social.

Este projeto resultou do trabalho partilhado entre 9 entidades – Associação Mutualista – Montepio Geral, Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação PT, Fundação EDP, CASES –, e o consórcio criado para este efeito por especialistas – IES Social Business School, Call to Action, Tese – Associação para o Desenvolvimento e Stone Soup.

**GEOfundos**  
fundocerto com sucesso



## CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

### CARTÃO+VIDA

Com uma forte vertente social, este cartão de crédito desenvolvido pela CEMG atribui um apoio a IPSS (Instituições Particulares de Solidariedade Social) sempre que o mesmo é utilizado. Apesar de ser o cliente a selecionar a IPSS a apoiar, os valores atribuídos são parte da margem da CEMG, não constituindo doações diretas do cliente.

Em 2015, foram quatro as entidades nacionais que beneficiaram deste apoio.



Instituições Beneficiárias do Cartão + Vida	Valor (em euros)
Novamente	5 857,53
Liga Portuguesa Contra a Sida	5 857,53
APSA – Associação Portuguesa de Síndrome Asperger	6 676,21
APCL – Associação Portuguesa Contra a Leucemia	6 676,21

## DONATIVOS DE NATAL

Em 2015, a Fundação Montepio selecionou 3 instituições para beneficiarem dos Donativos de Natal/ Reis por um Dia 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.

As entidades escolhidas sobressaíram em virtude da sua preocupação em investir para criar fontes de receitas próprias num claro processo de autonomização.



Instituições Beneficiadas	Valor (em euros)
Lar Dona Estefânia	16 667
Pesqueiramiã – Associação de Solidariedade Social	16 667
APPDA Norte – Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo	16 667



### MINUTO SOLIDÁRIO

Esta iniciava, desenvolvida pela CEMG desde 2011, visa impulsionar a divulgação das organizações do setor social, por forma a potenciar a angariação de investidores, associados e apoios. Tendo já apoiado mais de 100 instituições em todo o país, em 2015 foram apoiadas, com 120 000 euros, 15 novas entidades, nas áreas da infância, deficiência e apoio ao envelhecimento.

### MAIS INFO EM...

[montepio.pt/Responsabilidade Social](http://montepio.pt/Responsabilidade%20Social)

### LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS

#### OFERTA DE SEGUROS E OUTROS APOIOS

Considerando que as empresas devem intervir na sociedade para além da sua atividade, a Lusitania apoia diversas atividades culturais e desportivas, áreas de atuação que elegeu.

Em muitos casos, a Lusitania apoia as instituições através de ofertas de seguros, destacando-se em 2015 os apoios concedidos aos seguintes projetos:

Instituições beneficiadas	Oferta de seguros relacionados com o desenvolvimento da atividade da instituição	Donativo em dinheiro
Acreditar	√	√
Aporvela	√	
Cuidar Melhor	√	√
Fundação Gil	√	

10.

Promover o ambiente





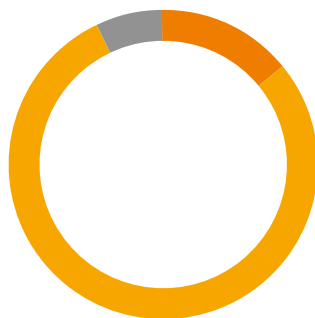
# RESPONSABILIDADE *ecológica* A PENSAR NAS PRÓXIMAS GERAÇÕES



## PROMOVER O AMBIENTE

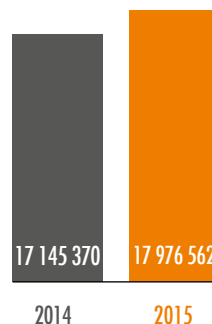


CONSUMO TOTAL DE ELETRICIDADE (kwh)



14% AM + Fundação 2 751 274  
79% CEMG 15 225 288  
7% Lusitania 1 377 980

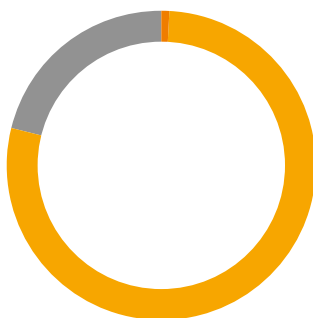
CONSUMO TOTAL DE ELETRICIDADE (kwh)  
(AM+CEMG+Fundação)



Em 2013 iniciaram-se as medidas de eficiência energética, sendo que 2014 foi o ano de maior impacto das medidas, continuando em 2015. Em 2015 verificou-se um aumento de ocupação de alguns edifícios, nomeadamente: *Les Palaces* (Porto); Berna; Castilho e Rua do Carmo.

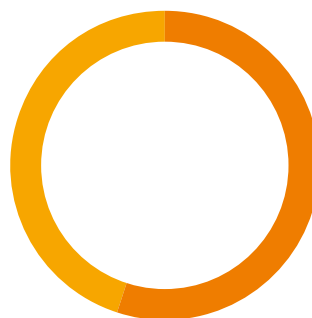


CONSUMO TOTAL DE GASÓLEO (Mil litros)



1% AM + Fundação 16  
78% CEMG 919  
21% Lusitania 249

CONSUMO TOTAL DE GASOLINA (Mil litros)



55% AM + Fundação 2  
45% CEMG 1  
0% Lusitania -



**681** m<sup>3</sup>

Consumo de gás natural  
(apenas Lusitania)

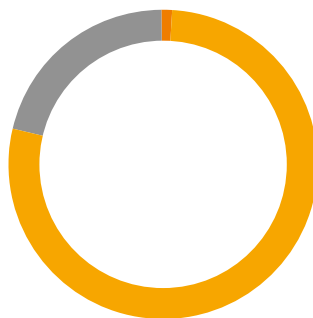
EM 2013/2014 A FROTA DO MONTEPIO FOI SUBSTITUÍDA (APROXIMADAMENTE 800 CARROS) E NESTE PERÍODO FORAM ESCOLHIDOS VEÍCULOS MAS EFICIENTES, QUE CONSUMEM MENOS COMBUSTÍVEL E COM MENOS EMISSÕES DE CO<sub>2</sub> ASSOCIADAS.



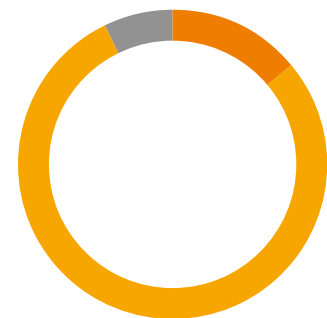
**3 136** ton CO<sub>2</sub>  
Emissões de Âmbito 1

**8 497** ton CO<sub>2</sub>  
Emissões de Âmbito 2

EMISSIONES DE ÂMBITO 1 (t CO<sub>2</sub>)



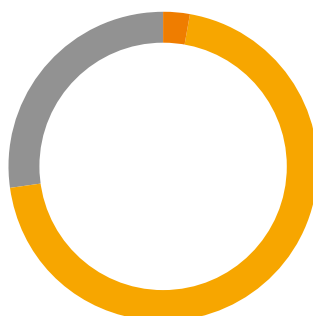
EMISSIONES DE ÂMBITO 2 (t CO<sub>2</sub>)



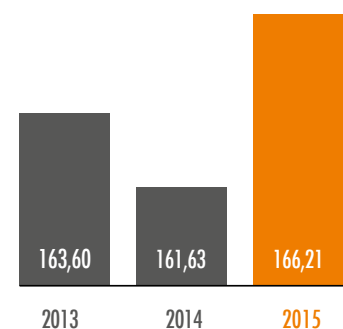
CONSUMO TOTAL DE PAPEL (ton)



**228** ton  
Consumo de papel



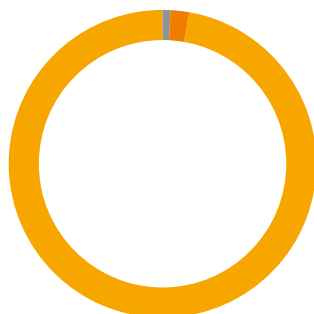
CONSUMO TOTAL DE PAPEL (ton)  
(AM+CEMG+Fundação)





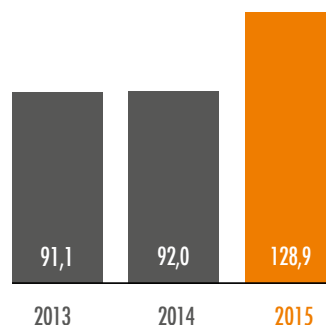
130 ton  
Resíduos

RESÍDUOS (ton)



2% AM + Fundação 2,8  
97% CEMG 126,1  
1% Lusitania 0,8

RESÍDUOS (ton)  
(AM+CEMG+Fundação)



Todos os resíduos são considerados não perigosos e o destino final é valorização.

O crescimento em 2015 resulta, maioritariamente, do fecho de balcões da CEMG e movimentações diversas entre locais (balcões e edifícios) que conduziram à necessidade de destruição de papel e outros.

## INICIATIVAS QUE PROMOVEM O AMBIENTE

### CEMG + AM + FUNDAÇÃO

A AM, a CEMG e a Fundação sentiram a necessidade de aumentar a eficiência energética, na perspetiva da melhor utilização dos recursos e da consequente redução de custos. Para tal procederam a:

#### IMPLEMENTADO

- Substituição das lâmpadas por LED nos balcões e nos edifícios centrais;
- 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;
- Aquisição de computadores energeticamente eficientes;
- Otimização das rotas dos autocarros que transportam os colaboradores;
- Reciclagem de *tonners*;
- Levantamento das práticas atuais no que respeita aos resíduos, em particular junto da rede, sobre as tipologias de utilização. Este levantamento tem igualmente uma vertente pedagógica e de sensibilização para o tema.

#### A IMPLEMENTAR

- Implementação de um sistema de gestão centralizada, permitindo monitorizar e condicionar o funcionamento da iluminação e climatização em toda a rede de balcões, monitorizar e controlar remotamente os consumos e anomalias de funcionamento, dispondo de um sistema de alertas em tempo real.

## LUSITANIA

Também a Lusitania tem vindo a apostar na redução dos seus consumos energéticos, por exemplo através da substituição da iluminação nos seus edifícios por lâmpadas de consumo reduzido e da colocação de sensores de iluminação.

Fruto das iniciativas implementadas entre 1/1/2014 e 31/12/2015 a redução dos custos foi de 10,35%.

### IMPLEMENTADO

#### Sede e outros edifícios:

- Conversão de sistemas de iluminação para tecnologia LED – redução efetiva de 65% e para balastros eletrónicos – redução efetiva de 40%;
- Substituição da iluminação de emergência/segurança por armaduras LED;
- Instalação de interruptores de movimentos em circuitos de iluminação em zonas de circulação;
- Gestão centralizada de tabelas horárias de funcionamento, com controlo de iluminação, climatização, ventilação, etc.
- Sistema de bateria de correção de fator de potência, reaproveitamento da energia devolvida/reactiva;
- Sistema de alimentação de água contínua dos lagos com recurso a sistema por gravidade, sem recurso a bombagem adicional ou outros meios auxiliares.

#### Balcões:

- Instalação de sistemas de iluminação e climatização atuais e eficientes (equipados sempre que possível/ compatível com iluminação de tecnologia LED).

### A IMPLEMENTAR

- Implementação de uma central fotovoltaica de produção e auto consumo (UPAC);
- Aproveitamento da água quente do CHILLER para aquecer as águas sanitárias;
- Implementação de sistema de gestão técnica para otimização da climatização, circuitos, ventilação e iluminação (no novo edifício).

O Grupo Montepio tem lançado novos produtos com o objetivo de tornar a interação com os clientes cada vez menos assente em papel e fomentando a redução do seu consumo, conforme descrito nos capítulos 5 a 7 deste Relatório.

## NOTAS METODOLÓGICAS

### CONSUMO DE ELETRICIDADE

No consumo de eletricidade estão excluídos vários contadores para os quais o Grupo Montepio não possui os valores de consumo, monitorizando apenas o valor monetário pago (em €), nomeadamente:

- Aproximadamente 100 contadores do fornecedor EDP SU (mercado regulado);
- Cerca de 25 contadores nos Açores e 10 contadores na Madeira.

**Nota:** O valor do consumo total de eletricidade referente ao ano de 2014 e comunicado no RS 14 foi alterado, uma vez que a base de cálculo foi melhorada.

### CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS

Relativamente ao consumo de combustíveis de viaturas da frota, não estão a ser incluídos os consumos pagos pelo colaborador com cartão de crédito em vez de com Cartão institucional para abastecimento de combustível. Contudo, estes consumos são totalmente imateriais.

Relativamente ao consumo de gás natural, existem consumos para a CEMG e AM. Contudo, o Grupo Montepio não monitoriza estes consumos e encontra-se atualmente a investigar os mesmos, de modo a serem apurados no próximo reporte de sustentabilidade.

### EMISSIONES DE ÂMBITO 1

As emissões dizem respeito apenas às emissões associadas ao consumo de combustível da frota (CEMG + AM + Lusitania) e ao consumo de gás natural da Lusitania.

#### FATORES DE EMISSÃO

##### EMISSIONES ASSOCIADAS AO CONSUMO DE GASOLINA

CEMG + AM + Lusitania	FE: 73,7 kg CO <sub>2</sub> /GJ; FO: 0,990. APA (2013-2020)
-----------------------	---

##### EMISSIONES ASSOCIADAS AO CONSUMO DE GASÓLEO

CEMG + AM + Lusitania	FE: 74,1 kg CO <sub>2</sub> /GJ; FO: 0,990. APA (2013-2020)
-----------------------	---

##### EMISSIONES ASSOCIADAS AO CONSUMO DE GÁS NATURAL

Lusitania	FE: 56,6 kg CO <sub>2</sub> /GJ; FO: 0,995. PCI: 38,44 GJ/10 <sup>3</sup> m <sup>3</sup> . APA (2013-2020)
-----------	--

### EMISSIONES DE ÂMBITO 2

#### FATORES DE EMISSÃO

##### EMISSIONES DO CONSUMO DE ELETRICIDADE (T CO<sub>2</sub>)

CEMG + AM + Lusitania	FE EDP Comercial: 439 gCO <sub>2</sub> /kWh. ERSE 2015
-----------------------	--

### CONSUMO DE PAPEL

O consumo de papel na CEMG e AM inclui o papel A4 consumido nos serviços centrais e rede comercial.

### RESÍDUOS

**Nota:** O valor dos resíduos referente aos anos 2013 e 2014 e comunicado no RS 14 foi alterado, uma vez que a base de cálculo foi melhorada.



TABELA GRI PARA A OPÇÃO “DE ACORDO” – ESSENCIAL

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS			
INDICADOR		LOCALIZAÇÃO	VERIFICAÇÃO
ESTRATÉGIA E ANÁLISE			
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>   Pág. 26	
PERFIL ORGANIZACIONAL			
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 – Modelo de Negócio do Grupo Montepio</b>   Pág. 23 <b>05. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores</b>   Pág. 50	
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</b>   Págs. 20 e 21	
G4 - 7	Tipo e natureza legal de propriedade	<b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Modelo de negócio</b>   Pág. 22	
G4 - 8	Mercados servidos	<b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Mapa com a localização geográfica</b>   Págs. 20 e 21	
G4 - 9	Dimensão da Organização	<b>Principais indicadores de desempenho relativos a 2015</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. 88 <b>Anexos</b>   Pág. 99	√
G4 - 11	Percentagem de colaboradores abrangidos por acordos de contratação coletiva	<b>08. Valorizar os colaboradores – Caracterização da equipa</b>   Pág. 88	
G4 - 12	Cadeia de fornecedores da Organização	<b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Cadeia de fornecedores</b>   Págs. 24 e 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. 34 a 36 <b>03. Estratégia de Responsabilidade Social – Gestão de risco</b>   Págs. 36 a 39	
G4 - 15	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de carácter económico, ambiental e social que a Organização subscreve ou endossa	<b>01. Principais prémios, reconhecimentos e representações externas</b>   Págs. 14 e 15	

G4 - 16	Participação em associações e organizações nacionais ou internacionais de defesa	<b>01. Principais prêmios, reconhecimentos e representações externas</b>   Págs. 14 e 15	
<b>ASPETOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES</b>			
G4 - 17	Totalidade das entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	<b>Relatório e Contas CEMG 2015 – “Demonstrações financeiras”</b> <b>Relatório e Contas Lusitania 2015 – “III – A Atividade da Lusitania”</b> <b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9	
G4 - 18	Processo adotado para definição do conteúdo do Relatório e os limites dos aspectos	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9	
G4 - 19	Aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do Relatório	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9	
G4 - 20	Limite de cada aspecto material dentro da Organização	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9	
G4 - 21	Limite de cada aspecto 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 aspectos	<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 <i>stakeholders</i></b>   Págs. 44 a 47	
G4 - 25	Base para identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	<b>04. Envolvimento com <i>stakeholders</i></b>   Págs. 44 a 47	
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 <i>stakeholders</i></b>   Págs. 44 a 47	
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 <i>stakeholders</i></b>   Págs. 44 a 47	
<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 O ciclo de emissão do relatório é anual	
G4 - 31	Contatos 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	<b>Sobre este Relatório</b>   Págs. 8 e 9	
<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 – de Governo</b>   Págs. 34 a 36	
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 a 36	

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 a 36	
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 <i>Stakeholders</i></b> Págs. 44 a 47	
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, comités, 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 a 36  <b>Relatório e Contas CEMG 2015</b>   Págs. 442 a 458  <b>Relatório e Contas Lusitania 2015</b>   Pág. 5	
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 2015</b>   Págs. 442 e 450  <b>Relatório e Contas Lusitania 2015</b>   Pág. 5	
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 2015</b>   Págs. 442 e 450	
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 39  <b>Relatório e Contas CEMG 2015</b>   Págs. 59 a 70 e págs. 464 e 481 (Conflito de Interesses)  <b>Relatório e Contas Lusitania 2015</b>   Págs. 58 a 77	
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 a 36	
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 a 36	
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>   Págs. 34 a 36	
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 aspetos 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 seniores</p>	<p><b>Relatório e Contas CEMG 2015</b>   Págs. 470 a 477</p> <p><b>Relatório e Contas AM 2015</b>   Pág. 156</p> <p><b>Relatório e Contas Lusitania 2015</b>   Págs. 49 a 51</p>
G4 - 52	<p>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</p>	<p><b>Relatório e Contas CEMG 2015</b>   Págs. 470 a 477</p> <p><b>Relatório e Contas AM 2015</b>   Pág. 156</p> <p><b>Relatório e Contas Lusitania 2015</b>   Págs. 49 a 51</p>
G4 - 53	<p>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</p>	<p><b>Relatório e Contas CEMG 2015</b>   Págs. 470 a 477</p> <p><b>Relatório e Contas AM 2015</b>   Pág. 156</p>
<b>ÉTICA E INTEGRIDADE</b>		
G4 - 56	<p>Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da Organização</p>	<p><b>03. Estratégia de Responsabilidade Social – Ética e Integridade</b>   Págs. 40 e 41</p> <p><b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Visão e Estratégia</b>   Págs. 23 e 24</p>
G4 - 57	<p>Mecanismos internos e externos adotados pela Organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação</p>	<p>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.</p> <p><b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Visão e Estratégia</b>   Pág. 18</p>
G4 - 58	<p>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</p>	<p>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.</p>

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS			
INDICADOR /FORMAS DE GESTÃO		LOCALIZAÇÃO	VERIFICAÇÃO
INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÓMICO			
ASPETO MATERIAL: DESEMPENHO ECONÓMICO			
Formas de Gestão Genéricas		<p>a. Os temas materiais do Montepio tiveram como 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 um tema 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 capítulos 05. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Criação e distribuição de valor; 06. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados – Criação e distribuição de valor; 07. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Criação e distribuição de valor)</p> <p>c. O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulos 05. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Criação e distribuição de valor; 06. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados – Criação e distribuição de valor; 07. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Criação e distribuição de valor)</p>	
G4 - EC1	Valor económico direto gerado e distribuído	<p><b>05. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores – Criação e distribuição de valor</b>   Pág. 50</p> <p><b>06. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados – Criação e distribuição de valor</b>   Pág. 69</p> <p><b>07. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Criação e distribuição de valor</b>   Pág. 80</p>	√
G4 - EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para a Organização devido às alterações climáticas	Informação ainda não disponível para o ano de 2015. O Montepio prevê efetuar uma avaliação de riscos e oportunidades para a Organização devido às alterações climáticas nos próximos anos	√
G4 - EC3	Planos de benefícios oferecidos pela Organização	<p><b>Relatório e Contas CEMG 2015</b>   Pág. 58</p> <p><b>Relatório e Contas Lusitania 2015</b>   Págs. 115 e 116</p>	√
G4 - EC4	Benefícios financeiros significativos recebidos pelo governo	Não existem	√
ASPETO: PRÁTICAS DE COMPRA			
G4 - EC9	Proporção de despesas com fornecedores locais	<b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Cadeia de Fornecedores</b>   Págs. 24 e 25	√
INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL			
G4 - EN1	Consumo de matérias-primas	<b>10. Promover o Ambiente</b>   Pág. 121	√
G4 - EN3	Consumo de energia dentro da organização	<b>10. Promover o Ambiente</b>   Pág. 120	√
G4 - EN15	Emissões diretas de gases com efeito de estufa (GEE) (âmbito 1)	<b>10. Promover o Ambiente</b>   Pág. 121	√

G4 - EN16	Emissões indiretas de GEE (âmbito 2)	<b>10. Promover o Ambiente</b>   Pág. 121	√
G4 - EN23	Resíduos produzidos, por tipo e por método de tratamento	<b>10. Promover o Ambiente</b>   Pág. 122	

#### INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL – PRÁTICAS LABORAIS

#### ASPETO MATERIAL: EMPREGO

#### Formas de Gestão Genéricas

- a. Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de *stakeholders* com a perspectiva interna da Organização. Com relação direta com o emprego, o tema “Desenvolvimento do Capital Humano” foi considerado um tema de materialidade média (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório)
- b. O Montepio tem promovido, ao longo dos anos, diversas iniciativas relacionadas com o Desenvolvimento do Capital Humanos (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)

#### Formas de Gestão Específicas

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

G4 - LA1	Número e taxa de novas contratações e taxa de rotatividade por faixa etária, género e região	<b>08. Valorizar os colaboradores – Caracterização da Equipa</b>   Págs. 89 e 99	√
G4 - LA2	Benefícios para colaboradores, a tempo integral, que não são atribuídos a colaboradores temporários ou a tempo parcial	<b>08. Valorizar os colaboradores - Benefícios aos colaboradores</b>   Págs. 94 e 95	√
G4 - LA3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença parental, por género	As taxas de retorno e de retenção são de 100%	√

#### ASPETO: SAÚDE E SEGURANÇA

G4 - LA6	Rácios de acidentes, doenças profissionais, dias perdidos, absentismo e número de óbitos relacionados com o trabalho, por região e género	<b>08. Valorizar os colaboradores – Saúde e Segurança</b>   Pág. 97	√
----------	---	---	---

#### ASPETO MATERIAL: FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO

#### Formas de Gestão Genéricas

- a. Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de *stakeholders* com a perspectiva 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 – Desenvolvimento do Capital Humano)
- 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 – Desenvolvimento do Capital Humano)

G4 - LA9	Média de horas de formação anual por colaborador, género e categoria profissional	<b>08. Valorizar os colaboradores – Desenvolvimento do Capital Humano</b>   Pág. 90	√
G4 - LA11	Porcentagem de colaboradores que recebem regularmente análise de desempenho e desenvolvimento de carreira	<b>08. Valorizar os colaboradores – Desenvolvimento do Capital Humano</b>   Pág. 90	√

ASPETO: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES			
G4 - LA12	Mão-de-obra por gênero, faixa etária e minoria e outros indicadores de diversidade	<b>08. Valorizar os colaboradores – Caracterização da Equipe</b>   Pág. 88	√
INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL - RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO			
ASPETO MATERIAL: ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS			
	<b>Formas de Gestão Genéricas</b>	<p>a. Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspectiva 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)</p> <p>b. O Montepio tem promovido, ao longo dos anos, diversas iniciativas relacionadas com a qualidade do serviço e satisfação dos associados e clientes (ver capítulos 05. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Satisfação dos clientes 07. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Satisfação dos clientes)</p> <p>c. O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulos 05. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Satisfação dos clientes 07. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Satisfação dos clientes)</p>	
	<b>Formas de Gestão Específicas</b>	<p>Ciente da importância do <i>feedback</i> 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 <i>stakeholders</i> (Ver capítulos 05. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Satisfação dos clientes 06. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados 07. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Satisfação dos clientes)</p>	
G4 - PR3	Tipo de informação dos produtos exigida pelos procedimentos de rotulagem e percentagem de produtos e serviços sujeitos a essas exigências	<p><b>CEMG + AM+ Fundação</b></p> <p>O Montepio obedece a orientações do Banco de Portugal em matéria de publicidade comercial. Os documentos que regulam a publicidade (incluindo a bancária) são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Publicidade: DL n.º 330/90, de 23 de outubro;</li> <li>• Aviso 10/2008 do Banco de Portugal e respetivo anexo;</li> <li>• Carta Circular 2014/000065 do Banco de Portugal, que regula a publicidade institucional</li> </ul> <p><b>CEMG</b></p> <p>No sistema de Governance da CEMG existe um Comité que tem, como finalidade, entre outras, avaliar, em cada momento, a adequação dos seus produtos e serviços à política de risco e quadro legal/regulamentar.</p> <p>A CEMG cumpre as leis, regulamentos emanados pelas entidades reguladoras, bem como os normativos internos.</p>	√

G4 - PR3	Tipo de informação dos produtos exigida pelos procedimentos de rotulagem e percentagem de produtos e serviços sujeitos a essas exigências	<p><b>AM</b> Na AM as modalidades disponibilizadas aos associados dão integral cumprimento aos regulamentos internos e ao definido no Código das Associações Mutualistas.</p> <p><b>Lusitania – Companhia de Seguros</b> A Lusitania encontra-se legalmente adstrita ao cumprimento de uma série de deveres de informação e esclarecimento aos seus clientes, em momento anterior à celebração do contrato de seguro, conforme o disposto nos Artigos 18.º a 22.º do Decreto-Lei n.º 72/2008, de 16 de abril. Por outro lado, a Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, através da publicação de Normas Regulamentares e Circulares, impõe regras que as seguradoras deverão observar para defesa do consumidor, nomeadamente em matéria de Conduta de Mercado (Norma Regulamentar n.º 10/2009-R, de 25 de junho), Deveres de Diligência dos Seguradores relativamente aos “Seguros de proteção ao crédito” (Circular n.º 2/2012, de 1 de março) e, ainda, Publicidade realizada pelas Companhias de Seguros (Norma Regulamentar n.º 03/2010-R, de 18 de março).</p>	√
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	<p><b>CEMG</b> Na CEMG os produtos e serviços dão integral cumprimento às leis e regulamentos. Eventuais situações que possam configurar não conformidades são imediatamente corrigidas e sanadas.</p> <p><b>AM</b> Eventuais situações que possam configurar não conformidades são imediatamente corrigidas e sanadas.</p> <p><b>Fundação</b> Não aplicável.</p> <p><b>Lusitania</b> Da análise efetuada, e sem prejuízo dos pedidos de esclarecimento que, no âmbito das suas atribuições, a Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões remete às Seguradoras, não foram verificadas situações em que tenha sido aplicada qualquer contraordenação à Lusitania, em questões relacionadas com publicidade ou incumprimento dos seus deveres de informação de produtos/serviços.</p>	√
G4 - PR5	Resultados de pesquisas de satisfação do cliente	<p><b>05. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Satisfação dos clientes</b>   Págs. 63 a 65</p> <p><b>06. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Satisfação dos clientes</b>   Págs. 83 e 84</p>	√
INDICADORES SETORIAIS – SETOR FINANCEIRO			
ASPETO: PORTFOLIO DE PRODUTOS			
G4 - FS6	Percentagem das linhas/segmento de negócio específicas, no volume total, por região e dimensão	<p><b>05. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Evolução de depósitos e crédito concedido</b>   Pág. 58</p> <p><b>06. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados - Iniciativas de dinamização associativa – 2015 e Receitas associativas</b>   Pág. 76</p> <p><b>07. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Evolução dos prémios de seguro direto</b>   Pág. 80</p>	√



G4 - FS7	Volume (monetário) dos produtos e serviços com benefício social, por linha de negócio	<p><b>5. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Produtos e serviços focados nas necessidades dos associados e cliente</b>   Págs. 51 a 59</p> <p><b>7. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Produtos e serviços focados nas necessidades dos clientes</b>   Pág. 81</p>	√
G4 - FS8	Valor monetário de produtos e serviços destinados a contribuir para um benefício ambiental, por cada linha de negócio, e detalhado por objetivo	<p><b>5. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Crédito Energias Renováveis e Montepio Mobilidade Elétrica Auto</b>   Pág. 59</p> <p><b>7. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança – Oferta sustentável</b>   Pág. 82</p>	√
G4 - FS13	Pontos de acesso em localidades com pouca população ou economicamente desfavorecidas	<p><b>02. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Mapa com a Localização Geográfica</b>   Págs. 20 e 21</p> <p><b>5. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores – Canais Eletrônicos</b>   Pág. 62</p>	√
G4 - FS14	Iniciativas para melhorar o acesso a serviços financeiros por parte de pessoas desfavorecidas.	<p>Numa aposta de proximidade, o <i>website</i> do Montepio – <a href="http://www.montepio.pt">www.montepio.pt</a> – tem por objetivo disponibilizar aos seus utilizadores e clientes conteúdos e serviços mais acessíveis, independentemente do tipo de <i>hardware</i>, <i>software</i>, infraestrutura de rede, idioma, localização geográfica ou necessidades especiais que possam existir, procurando superar as diversas condicionantes que possam restringir um total acesso a toda a informação e funcionalidades, como dificuldades visuais, auditivas, físico/motoras, de fala, cognitivas, de linguagem, de aprendizagem e neurológicas.</p> <p>No desenvolvimento do <a href="http://www.montepio.pt">www.montepio.pt</a> foram implementadas as melhores práticas de acessibilidade (<i>Web Content Accessibility Guidelines 1.0 do W3C</i>); garantindo a acessibilidade de conteúdos a conformidade com os requisitos do W3C em nível “AA”.</p>	√



Aos Conselhos de Administração da  
Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio

## ***Verificação independente do Relatório de Sustentabilidade 2015***

### ***Introdução***

Fomos solicitados pela Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio para procedermos à verificação independente do “Relatório de Sustentabilidade 2015” (Relatório). A verificação foi efetuada de acordo com as instruções e critérios definidos pela Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio, referidos e divulgados no Relatório, e com os princípios e a abrangência descritos no Âmbito.

### ***Responsabilidades***

Os Conselhos de Administração da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio são responsáveis pela preparação do Relatório e divulgação da informação de desempenho apresentada e seus critérios de avaliação bem como pelos sistemas de controlo interno, processos de recolha, agregação, validação e relato da mesma. A nossa responsabilidade consiste na elaboração de um relatório contendo o nosso parecer sobre a adequação daquela informação baseada nos procedimentos de verificação independente que efetuámos e por referência aos termos acordados. Não assumimos qualquer responsabilidade perante qualquer outro propósito, pessoas ou organizações.

### ***Âmbito***

Os nossos procedimentos de revisão foram planeados e executados de acordo com o *International Standard on Assurance Engagements 3000* (ISAE 3000), e com referência à *Global Reporting Initiative*, versão 4 (G4), de forma a obter um grau moderado de segurança sobre a adequação da informação referente ao desempenho da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio, constante do Relatório bem como dos sistemas e processos que lhe servem de suporte. A extensão dos nossos procedimentos é menor que a de uma auditoria e, por consequência, o nível de fiabilidade é mais baixo, consistindo em indagações e testes analíticos e algum trabalho substantivo.

Nesta verificação independente, os nossos procedimentos consistiram em:

- (i) Indagações à gestão e principais responsáveis das áreas em análise para compreender o modo como está estruturado o sistema de informação e a sensibilidade dos intervenientes às matérias incluídas no relato;
- (ii) Identificar a existência de processos de gestão internos conducentes à implementação de políticas económicas, ambientais e de responsabilidade social;
- (iii) Verificar numa base de amostra a eficácia dos sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato que suportam a informação de desempenho supracitada, através de cálculos e validação de dados reportados;

---

*PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.*

*Sede: Palácio Sottomayor, Rua Sousa Martins, 1 - 3º, 1069-316 Lisboa, Portugal*

*Tel +351 213 599 000, Fax +351 213 599 999, [www.pwc.pt](http://www.pwc.pt)*

*Matriculada na CRC sob o NUPC 506 628 752, Capital Social Euros 314.000*

*Inscrita na lista das Sociedades de Revisores Oficiais de Contas sob o nº 183 e na CMVM sob o nº 20161485*

PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda. pertence à rede de entidades que são membros da PricewaterhouseCoopers International Limited, cada uma das quais é uma entidade legal autónoma e independente.

- (iv) Confirmar a observância de determinadas unidades operacionais às instruções de recolha, agregação, validação e relato de informação de desempenho;
- (v) Executar, numa base de amostra, alguns procedimentos de consubstanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;
- (vi) Comparação dos dados financeiros e económicos com os constantes dos três “Relatório e Contas 2015” auditados pelo auditor financeiro, para aferir sobre a validação externa da informação reportada;
- (vii) Analisar o processo de definição da materialidade dos temas incluídos no Relatório, de acordo com metodologia descrita;
- (viii) Confirmar a existência de dados e informações requeridos para cumprir com a versão G4.o da GRI, na opção ‘De Acordo – Essencial’.

### ***Confidencialidade e Independência***

Internamente, a PwC SROC rege-se por regras éticas e deontológicas de confidencialidade e independência bastante rígidas. Assim, em todos os aspetos da nossa colaboração, a Sociedade e os seus colaboradores mantêm estrita confidencialidade da informação obtida no desempenho das suas funções e completa independência face aos interesses da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio.

Adicionalmente, desenvolvemos o nosso trabalho em alinhamento com os requisitos de independência da norma ISAE 3000, incluindo o cumprimento das políticas de independência da PwC e do código de ética do International Ethics Standards Board of Accountants (IESBA).

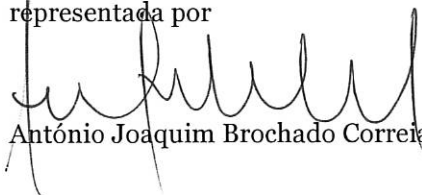
### ***Conclusões***

Com base no trabalho efetuado de acordo com os termos de referência e com o Âmbito, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a concluir que os sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato da informação constante do Relatório não estão a funcionar de forma apropriada e que a informação divulgada, não esteja isenta de distorções materialmente relevantes.

Tendo por base a nossa verificação do Relatório e das Diretrizes da GRI4, com os pressupostos incluídos no âmbito, concluímos que o Relatório inclui os dados e a informação requeridos para o cumprimento da opção ‘De Acordo – Essencial’, prevista na GRI, na sua versão G4.

31 de outubro de 2016

PricewaterhouseCoopers & Associados,  
Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.  
representada por



António Joaquim Brochado Correia, R.O.C.

## **FICHA TÉCNICA**

EDIÇÃO E DESIGN: Plot Content Agency, S.A.

FOTOGRAFIAS: Montepio

IMPRESSÃO: GRIFOS - Artes Gráficas, Lda.

DEPÓSITO LEGAL: 406826/16