

# Relatório de Sustentabilidade 2016

Associação  
Mutualista  
Montepio

Caixa Económica  
Montepio Geral

Fundação  
Montepio

Lusitania  
Companhia  
de Seguros

## **SOMOS O IMPACTO QUE CRIAMOS.**

A promessa de uma marca cumpre-se nos seus resultados.  
No Grupo Montepio a diferença está na forma como os alcançamos.  
Como, juntos, somos a sustentabilidade que promovemos.

# Índice

JUNTOS CONTRIBUÍMOS  
PARA UM FUTURO  
MELHOR



**SOBRE  
ESTE  
RELATÓRIO**

PÁG. 6

**MENSAGEM  
DO PRESIDENTE**

PÁG. 8

**01**

**REPRESENTAÇÕES  
EXTERNAS E  
COMPROMISSOS  
SUBSCRITOS**

PÁG. 10



**03**

**MONTEPIO  
UM PROJETO CRIADO  
POR PESSOAS, PARA  
PESSOAS**

PÁG. 20



**02**

**PRINCIPAIS PRÉMIOS  
E RECONHECIMENTOS**

PÁG. 16





# 04

ESTRATÉGIA DE  
RESPONSABILIDADE  
SOCIAL

PÁG. 28



# 05

ENVOLVIMENTO COM  
STAKEHOLDERS

PÁG. 44

# 06

DISPONIBILIZAR  
PRODUTOS E  
SERVIÇOS BANCÁRIOS  
DIFERENCIADORES

PÁG. 50



# 07

RESPONDER ÀS  
NECESSIDADES DE  
PROTEÇÃO SOCIAL  
E FINANCEIRA DOS  
ASSOCIADOS

PÁG. 70



# 08

ALINHAR A OFERTA  
SEGURADORA  
COM UM MUNDO  
EM MUDANÇA

PÁG. 82



# 09

VALORIZAR OS  
COLABORADORES

PÁG. 90

# 10

INVESTIR  
EM AÇÕES QUE BENEFICIAM  
À COMUNIDADE

PÁG. 100



# 11

PROMOVER  
O AMBIENTE

PÁG. 120



# SÍNTESE DE INDICADORES

//RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE '16

## Principais indicadores de desempenho relativos a 2016

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

**477 702€**

MILHARES

RECEITAS ASSOCIATIVAS

CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

**371 522€**

MILHARES

PRODUTO BANCÁRIO

LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS

**185 085€**

MILHARES

RECEITAS - PRÉMIOS DE SEGURO  
DIRETO LIQUIDOS DE RESSEGURO

**632 477**  
Associados

Neste universo associativo, o grupo etário entre os 40 e os 60 anos continua a ser o mais representativo, situando-se a idade média, aproximadamente, nos 42 anos (41 anos em 2015).

Já no que se refere ao género, o sexo feminino representa cerca de 51% do total de associados.

O número de associados sediados no estrangeiro cresceu, passando de 11.133, em 2015, para 12.092, em 2016.

**1 221**  
**acordos**  
**EM VIGOR** PARA ATRIBUIÇÃO DE BENEFÍCIOS  
COMPLEMENTÁRES A ASSOCIADOS

**300**

ATIVIDADES

Foram realizadas, em todo o país, um total de 300 atividades com associados, um crescimento de 25% face às ações desenvolvidas em 2015.

# 4 086

## COLABORADORES

Em 2016, o quadro de pessoal manteve o perfil de distribuição de género, com uma ligeira predominância do masculino (53%). Por outro lado, 99,7% dos colaboradores têm um contrato permanente ou de prazo indeterminado e 99,8% são colaboradores a tempo integral.

# 96

GESTORES  
MUTUALISTAS

# 284

FORNECEDORES

# 56 320

Horas de formação

NO TOTAL DOS COLABORADORES DO GRUPO

# 440 092

Cientes particulares

LUSITANIA

# 45 422

Cientes empresa

LUSITANIA

# 130

PROJETOS FINANCIADOS  
PELA FUNDAÇÃO  
MONTEPIO

# 1 267 241€

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 2016, quando comparado com o ano anterior. O valor médio por projeto apoiado também registou uma ligeira redução para os 9 748€, face aos 10 750,47€ de 2015.

# 1 467

COLABORADORES E REFORMADOS  
INSCRITOS NO PROGRAMA  
DE VOLUNTARIADO DE COMPETÊNCIAS

## SOBRE ESTE RELATÓRIO

Mantendo um ciclo de reporte anual, o Grupo Montepio publica, pela terceira vez, o seu Relatório de Sustentabilidade. Esta publicação visa comunicar, a todos os *stakeholders*, o desempenho em matéria de sustentabilidade. O âmbito e os conteúdos apresentados no presente relatório correspondem ao desempenho do Montepio Geral - Associação Mutualista (AM), da Caixa Económica Montepio Geral (CEMG), da Fundação Montepio (Fundação) e da Lusitania, Companhia de Seguros (Lusitania).

### PERÍODO DE REPORTE

O Relatório incide sobre a atividade do Grupo Montepio durante o ano de 2016 - período de 1 de janeiro a 31 de dezembro - abrangendo, sempre que possível, informação relativa a anos anteriores para avaliar e acompanhar a evolução do desempenho.

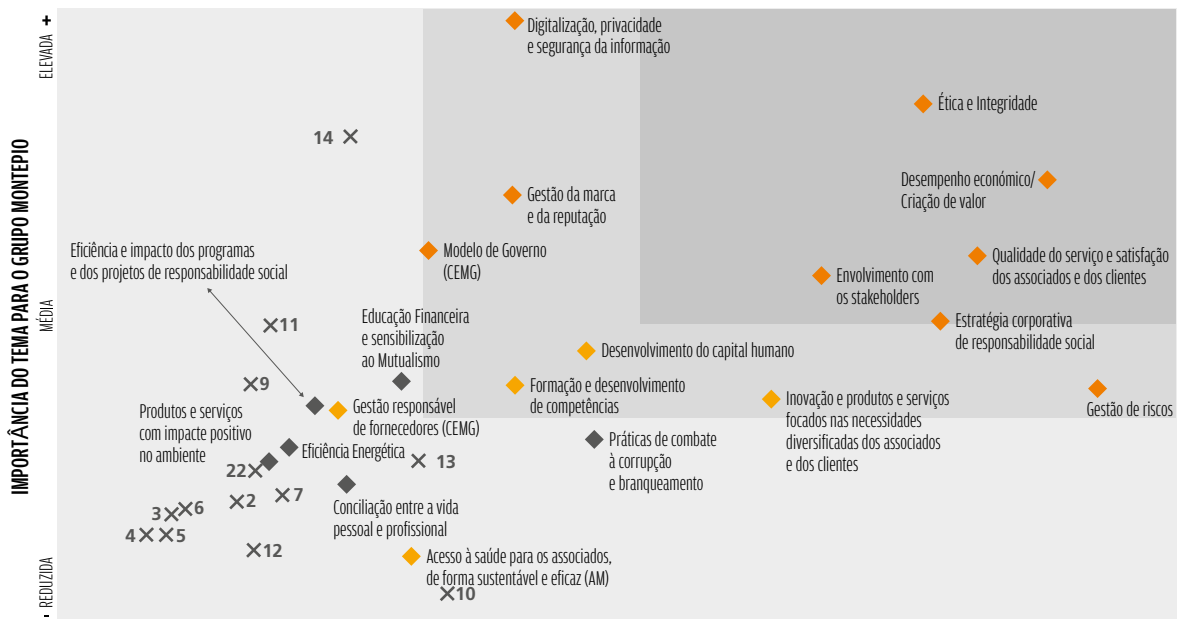
### GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Em alinhamento com as mais recentes tendências de *reporting*, o Grupo Montepio elaborou o relatório de 2016 já de acordo com a nova versão da *Global Reporting Initiative (GRI) – GRI Standards* -, para a opção “in accordance - Core” e pretende divulgar aos *stakeholders* do Grupo.

### MATERIALIDADE

O Grupo Montepio selecionou os temas mais relevantes para a sua atividade, tendo por base os resultados obtidos no processo de auscultação de *stakeholders* e a perspetiva interna sobre a relevância e impactos dos vários temas de sustentabilidade em cada organização do Grupo. No final do ano de 2017 o Grupo Montepio prevê realizar uma nova auscultação de *stakeholders*.

## 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.
- X 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 fora de Portugal.

Este relatório encontra-se estruturado de acordo com os temas relevantes para o Grupo Montepio, incluindo 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 2016				
Sobre este Relatório				
00. Mensagem do Presidente				
01. Representações externas e compromissos subscritos				
02. Principais prémios e reconhecimentos				
03. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas				
04. Estratégia de Responsabilidade Social				
05. Envolvimento com <i>stakeholders</i>				
06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores				
07. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados				
08. Alinhar a oferta seguradora com as necessidades atuais e futuras de um mundo em mudança				
09. Valorizar os colaboradores				
10. Investir em ações que beneficiam a Comunidade				
11. Promover o Ambiente				

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

## VERIFICAÇÃO EXTERNA

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.

## CONTACTOS

Para qualquer esclarecimento ou questão relativa à Sustentabilidade no Grupo, por favor contacte:

**GABINETE DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**  
grs@montepio.pt





## MENSAGEM DO PRESIDENTE

Vivemos um tempo em que a transparência das organizações e a confiança nos seus dirigentes é crucial.

O envolvimento dos seus *stakeholders* internos e externos e o desenvolvimento de uma atitude coerente ao longo da cadeia de valor revelam-se fundamentais para garantir o crescimento e a sustentabilidade de qualquer entidade.

Para o grupo Montepio, a relação de confiança estabelecida com os seus associados e com a comunidade em geral sempre foi um alicerce da sua atuação, a legitimidade da sua oferta e a razão de ser da sua longevidade.

A elaboração de um relatório de sustentabilidade que envolve a Associação Mutualista Montepio, a Caixa Económica Montepio Geral, a Fundação Montepio e a Lusitânia - Companhia de Seguros pretende ser um exercício de transparência, um processo de autoconhecimento e a tangibilização de uma convergência de princípios, de prioridades e de ações, visando um desenvolvimento coerente.

Pela terceira vez, uma equipa interna motivada e acompanhada pelo nosso consultor PWC, desenhou, recolheu e trabalhou, indicadores transversais que revelam uma crescente maturidade nos temas da responsabilidade social interna, das finanças verdes, da ética na relação com os fornecedores e no investimento social.

É perceptível a diversidade e a consistência das medidas adotadas e visível o esforço realizado na melhoria contínua ao serviço dos nossos associados e clientes.

Mas a realização deste documento revela, igualmente, a necessidade de continuar a aperfeiçoar os instrumentos de recolha da informação, de reforçar os processos de articulação interna nos momentos do planeamento e da avaliação.

O próximo ano será ainda mais desafiador, com a entrada em vigor da diretiva europeia sobre reporte não financeiro, mas estou convicto de que teremos condições de estar à altura dessa nova etapa, de modo a valorizarmos a nossa prática e a nossa história com os olhos postos no futuro.

### **António Tomás Correia**

Presidente do Conselho de Administração do Grupo Montepio

# 01.



## Representações externas e compromissos subscritos





## REPRESENTAÇÕES EXTERNAS E COMPROMISSOS SUBSCRITOS

### PRINCIPAIS 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
	APCE - Associação Portuguesa de Comunicação Empresarial	Vice-presidência da Direção
Caixa Económica Montepio Geral	Comité de Responsabilidade Social do <i>European Savings Banks Group</i>	Membro do Conselho Membro do Comité de Responsabilidade Social
	<i>Confederación Española de Cajas de Ahorros</i>	Membro do Comité Jurídico
	APB - Associação Portuguesa de Bancos	Vogal da Direção
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

## PRINCIPAIS COMPROMISSOS SUBSCRITOS

### CARTA PORTUGUESA PARA A DIVERSIDADE



O Montepio aderiu, através da Fundação Montepio e da Lusitania, à assinatura da Carta Portuguesa para a Diversidade, assumindo este tema como um imperativo ético e princípio basilar e orientador da sua atuação interna e externa, fazendo parte dos seus valores e da sua identidade institucional.

A cerimónia da assinatura da Carta da Diversidade realizou-se no dia 31 de março e reuniu representantes das 40 entidades que aderiram ao documento.

A Carta Portuguesa para a Diversidade é um documento inédito em Portugal que resulta de uma produção coletiva de empresas e diversas organizações privadas e públicas, e de uma parceria entre o GRACE – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial, a Fundação Aga Khan e as entidades públicas responsáveis pela igualdade de género e igualdade de oportunidades: Alto Comissariado para as Migrações (ACM), Instituto Nacional para a Reabilitação (INR, I.P.), Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG) e Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE).

### ALIANÇA ODS (OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL) PORTUGAL



A Fundação Montepio, enquanto representante do Grupo Montepio, tornou-se membro da Aliança ODS Portugal.

No dia 20 de janeiro realizou-se o lançamento da Aliança, que culminou com a cerimónia protocolar de Assinatura da Carta de Compromisso com os ODS.

A Aliança para os ODS é uma iniciativa da Global Compact Network Portugal, rede portuguesa do United Nations Global Compact e que reúne entidades que se comprometem a trabalhar para a realização dos 17 ODS aprovados pela Assembleia Geral das Nações Unidas em setembro de 2015.

## PROJETO PAR – PLATAFORMA DE APOIO AOS REFUGIADOS

O ano de 2016 foi marcado pela crise dos refugiados, tendo nascido em Portugal um movimento inédito em toda a Europa por iniciativa do IPAV – Instituto Padre António Vieira. A Fundação Montepio integrou, desde a primeira hora, o grupo de entidades que se associaram na plataforma PAR.

Para além da colaboração e participação ativa nos trabalhos da PAR, a Fundação, pela via do GRACE, integrou a comissão executiva e apoiou um dos grupos de voluntários no seu trabalho de apoio aos que fogem do contexto da violência e da guerra.

**O objetivo do Projeto PAR passa por criar condições para acolher famílias de refugiados (PAR Famílias) e apoiar os refugiados nos campos no Líbano e na Grécia (PAR Linha da Frente).**



PLATAFORMA DE APOIO AOS  
**REFUGIADOS**

## PROTOCOLO MOVIMENTO ECO – EMPRESAS CONTRA OS FOGOS

Todos os anos o território nacional é assolado por uma vaga de incêndios florestais com origem em causas humanas, sendo a floresta um importante recurso natural em Portugal.

Neste âmbito, a 31 de dezembro de 2015, foi assinado um Protocolo de Cooperação com o Movimento ECO, através do qual a Fundação Montepio irá contribuir para o esforço complementar necessário para a campanha nacional de prevenção e ataque inicial aos incêndios florestais.



## REDE MUT



Com a missão de promover a cultura e a prática mutualistas, foi constituída, em 2012, a RedeMut – Associação Portuguesa de Mutualidades, através do estabelecimento de formas de interação e partilha integrada de recursos que garantam o acesso a serviços de saúde de qualidade e com custos controlados.

Atualmente, a RedeMut representa cerca de 800.000 associados mutualistas, a que corresponde 80% de todo o movimento mutualista.

O grau de satisfação dos associados que utilizaram o Serviço de Assistência Médica Domiciliária Noturna é o seguinte:

- Serviço prestado: 75% dos utilizadores classificou o serviço como Muito Bom e 20 % como Bom.
- Eficácia do ato médico: 98% considerou que melhorou o seu estado de saúde.
- Tempo de espera (médico no domicílio): 81% Bom/Muito bom e 19% Suficiente.

## FÓRUM PARA A GOVERNAÇÃO INTEGRADA



A Fundação Montepio é um dos membros promotores do Fórum para a Governação Integrada, uma rede colaborativa informal para o desenvolvimento de um conjunto de iniciativas que podem contribuir para mobilizar as instituições portuguesas, a vários níveis, para a governação integrada.

A governação integrada pretende suportar uma visão estratégica numa dinâmica de inovação social que privilegie a análise, a reflexão e ação sobre a solução de problemas sociais complexos, mobilizando o Estado e a Sociedade Civil para os modelos de governação integrada, baseados na cooperação/parceria, participação das partes interessadas, comunicação eficaz e liderança colaborativa, nomeadamente influenciando as políticas públicas e apoiando e dando visibilidade a projetos piloto de governação integrada de bases territorial, de foco temático ou de seleção de destinatários específicos, bem como inspirando transversalmente as políticas setoriais com este princípio.





# 02.

---

## Principais prêmios e reconhecimentos





## PRÉMIOS E RECONHECIMENTOS

Ao longo do ano de 2016, o Grupo Montepio, através das suas empresas, foi merecedor de diversos reconhecimentos e distinções externas.

Estes prémios são da exclusiva responsabilidade das entidades que os atribuíram.

### MONTEPIO GERAL ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

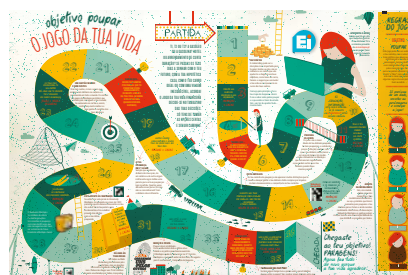
#### CONTENT MARKETING AWARDS

A revista *Montepio* foi finalista dos *Content Marketing Awards* na categoria “Melhor utilização de fotografia” com a reportagem “Os Novos Evaristos”.

A qualidade editorial e o *design* da publicação portuguesa de maior tiragem (em 2016 a tiragem média superou os 420 mil exemplares) têm sido distinguidos em Portugal, mas também além-fronteiras.



O jornal *Montepio Jovem* foi novamente distinguido pela sua criatividade e originalidade, sendo finalista na edição dos *Content Marketing Awards* na categoria de “Design”.



A revista *VOA*, publicação direcionada aos associados com idades inferiores a 12 anos, foi, também, finalista dos *Content Marketing Awards* nas categorias “Designer of the Year” e “Best Use of Illustration”.



#### GRANDE PRÉMIO APCE'16

A *e-newsletter* “Associados” venceu o Grande Prémio APCE na categoria “Webletter”.

Este suporte de comunicação digital convida, a cada mês, ao convívio, potencia o sentimento de comunidade e a ligação à maior Associação Mutualista de Portugal.



EDUCAÇÃO  
INFORMAÇÃO

Associação Mutualista  
Montepio

O Portal de Educação Financeira Montepio - Ei – Educação, Informação – foi distinguido pelo júri do “Grande Prémio APCE 2016” como o melhor site a concurso, vencendo na categoria “Website”.

## CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

### PRÉMIO CINCO ESTRELAS 2016

O serviço Internet Banking Montepio - Net24 Particulares conquistou, pelo segundo ano consecutivo, o Prémio Cinco Estrelas na categoria "Internet Banking" com uma classificação global de 7,96 (máximo de 10), sendo considerado pelos consumidores como muito bom - realmente Cinco Estrelas.



### CEMG ENTRE OS 1000 MAIORES BANCOS DO MUNDO

**The Banker**  
**TOP 1000**  
**WORLD BANKS 2016**  
thebankerdatabase.com

Depois de, em 2015, a CEMG figurar entre os 1.000 maiores bancos do mundo, em 2016 mantém a distinção, integrando essa prestigiada lista elaborada pela revista The Banker, publicação de referência no setor da banca, que integra o grupo editorial britânico Financial Times. Este *ranking*, considerado a medida-padrão para a indústria desde 1970, baseia-se numa apreciação de força e robustez financeira de cada instituição, na qual o rácio Tier 1 Capital (composto por Capital, Reservas e Resultados) assume papel de destaque.

### "SÓ UM BANCO DIFERENTE PODE FAZER A DIFERENÇA"

A campanha institucional acima referenciada, com presença em televisão, imprensa, rádio, rede outdoor e digital, conquistou o prémio Prata dos Prémios Eficácia 2016. Os Prémios Eficácia, promovidos pela Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN), são os únicos galardões em Portugal centrados nos resultados obtidos através de ações de comunicação e destinados a promover e a reconhecer a excelência na Comunicação e a capacidade de ajudar a atingir os objetivos das empresas.

### DISTINÇÃO DA CEMG COM DOIS PRÉMIOS HUMAN RESOURCES 2016

- Diretor(a) de Gestão de Pessoas/ Recursos Humanos
- Envelhecimento Ativo e Preparação para a Reforma



# 03.



**Montepio — um projeto criado por pessoas, para pessoas**



## 327



**BALCÕES CEMG**

## 27

**BALCÕES LUSITANIA**

## 96



**GESTORES MUTUALISTAS**



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

### DESEMPENHO 2016

Objetivos	Ações concretas	KPI*	Meta	Resultado
<b>AFIRMAÇÃO DE IDENTIDADE</b>				
<b>Distinguir o Montepio pela integração da sustentabilidade na relação com stakeholders</b>	Integração de requisitos de sustentabilidade na relação com fornecedores	Existência de código de ética	Existência de código de conduta	Existe mas está pendente de aprovação

\*KPI = Key Performance Indicator

### PRESENÇA GEOGRÁFICA DO GRUPO MONTEPIO

O Grupo Montepio 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 e mediadores.

#### CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

No final de 2016, a CEMG detinha uma rede de 327 balcões em Portugal, o que representa uma diminuição significativa de 94 balcões face ao ano 2015. Esta situação decorre da alteração do perfil do cliente bancário com progressiva utilização dos meios eletrónicos colocados ao seu dispor, diminuindo desta forma o contacto físico. Relativamente à atividade internacional, a CEMG conta com um total de 23 pontos de venda em Angola, aos quais se somam 10 balcões do Banco Terra, em Moçambique e um balcão em Cabo Verde. A CEMG conta ainda com 6 escritórios de representação, distribuídos entre a Europa e a América do Norte.

N.º DE BALCÕES DOMÉSTICOS E PRESENÇA INTERNACIONAL	2014	2015	2016
Rede Doméstica	436	421	327
Rede Internacional – Angola	18	21	23
Rede Internacional – Moçambique	9	9	10
Escritórios de Representação	6	6	6
Rede Internacional - Cabo Verde	1	1	1

**EXISTEM BALCÕES COM FUNCIONAMENTO EM HORÁRIO ALARGADO, AUMENTANDO DESTA FORMA A DISPONIBILIZAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS AOS CLIENTES.**



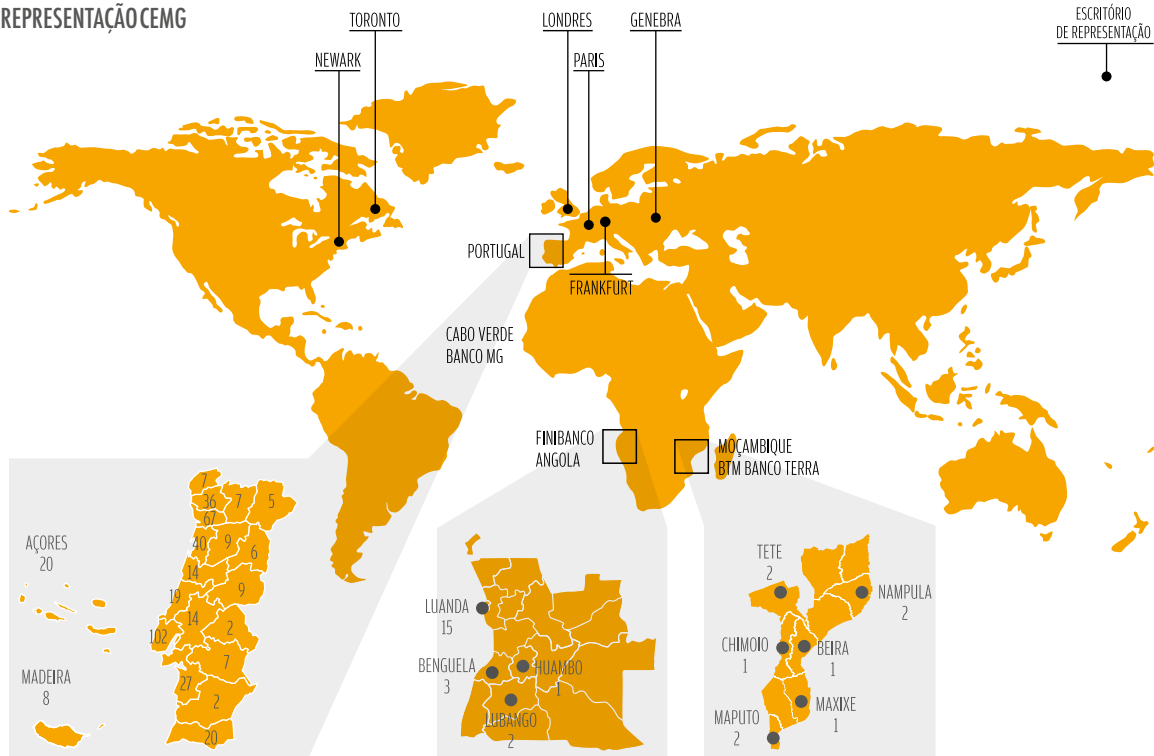
#### MONTEPIO GERAL - ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

Em julho de 2016, a Associação Mutualista Montepio criou uma Rede de Gestores Mutualistas implantada nos balcões da Caixa Económica Montepio Geral e destinada a assegurar maior proximidade e presença da Associação na vida dos seus associados. Esta Rede tem presença a nível nacional, incluindo regiões autónomas.

No final de 2016, essa rede contava com 96 gestores mutualistas, organizados em 6 departamentos: Porto Norte, Porto Sul, Coimbra, Leiria, Lisboa e Sul e Ilhas; 2 direções regionais (a do Norte e a do Centro, Sul e Ilhas) e 1 direção coordenadora central.

A implantação desta rede de gestores especializados, designada por Projeto START, tem como lema fazer START a nova ambição de futuro para a Associação Mutualista.

## REPRESENTAÇÃO CEMG

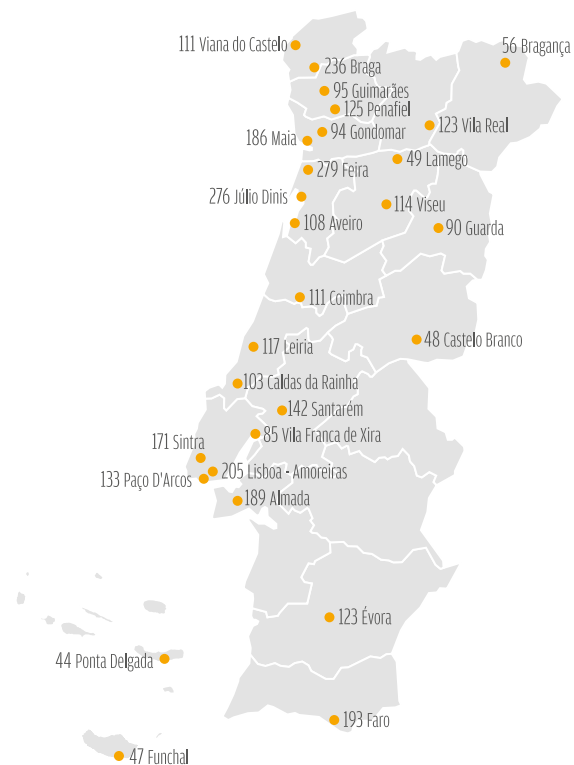


## LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS

Durante o ano de 2016 a Lusitania contou com uma rede de 3.980 agentes mediadores e com um total de 27 balcões físicos, distribuídos ao longo do território nacional.

N.º DE BALCÕES E LOJAS EM TERRITÓRIO NACIONAL E INTERNACIONAL	2015	2016
Balcões Lusitania	28	27
Lojas Agentes de Representação	100	110

## BALCÕES LUSITANIA E MEDIADORES ASSOCIADOS





## MODELO DE NEGÓCIO DO GRUPO MONTEPIO

Desde a sua criação, em 1840, que 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.

## VISÃO E ESTRATÉGIA

**AM** **VISÃO** Maior associação e maior mutualidade, tem por missão e finalidade:

- desenvolver ações de proteção social nas áreas da segurança social e da saúde e
- promover a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento cultural, moral, intelectual e físico dos seus associados, familiares e beneficiários por aqueles designados, tal como se encontra definido nos seus estatutos.

Tudo isto 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. Promover o crescimento sustentado do número de associados e das receitas associativas líquidas, aumentando a penetração de subscrições de modalidades na base de associados
2. Adequar as modalidades dando início ao processo de revisão das mesmas
3. Desenvolver a oferta: serviços e equipamentos sociais
4. Intensificar a vinculação e aprofundar a relação associativa, aprofundando a autonomização e a identidade da Associação no seio do Grupo e da sociedade
5. Reforçar a identidade própria e a promoção do mutualismo
6. Desenvolver o modelo de governo, no quadro das alterações regulamentares que vierem e verificar-se e do sistema de funcionamento e controlo interno
7. Continuar a política de cooperação e de intervenção social
8. Ajustar o funcionamento e a organização do grupo, adaptando os processos, meios e cursos ao novo modelo de governo
9. Desenvolver o potencial do grupo e assegurar o alinhamento estratégico das suas entidades

**CEMG** **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** **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** **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

### OS FORNECEDORES DO GRUPO MONTEPIO

No desenvolvimento das suas atividades, o Grupo Montepio subcontrata externamente diversos serviços, que assumem um carácter fundamental no sucesso das suas atividades.

No decorrer do ano de 2016, a Central de Compras do Grupo Montepio estabeleceu interações com um total de 284 fornecedores.

O Grupo Montepio dinamiza a economia nacional ao selecionar, na sua maioria, fornecedores nacionais – 97% de fornecedores nacionais. Desta forma, contribuiu para atrair, indiretamente, investimentos adicionais e potenciar a criação de emprego indireto.

### GESTÃO DE FORNECEDORES DO GRUPO MONTEPIO

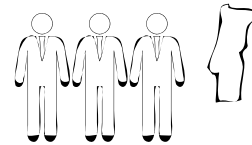
A gestão de fornecedores no Grupo Montepio abrange todas as etapas do ciclo de vida das contratações, desde a homologação dos potenciais fornecedores à sua seleção e avaliação após conclusão do fornecimento de produtos ou serviços.

#### FORNECEDORES

284

#### FORNECEDORES NACIONAIS

97%



**HOMOLOGAÇÃO****Questionário**

A gestão de fornecedores tem por base a qualificação/homologação dos mesmos, estando em fase de desenvolvimento 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.

**NOVO CÓDIGO DE CONDUTA PARA FORNECEDORES**

EM 2016, NO ÂMBITO DO COMITÉ DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DO GRUPO MONTEPIO, INICIARAM-SE OS TRABALHOS DE ELABORAÇÃO DE UM CÓDIGO DE CONDUTA DE FORNECEDORES A APLICAR NAS ENTIDADES DO GRUPO, DE MODO A GARANTIR A COERÊNCIA ENTRE AS PRÁTICAS DO MONTEPIO E DOS SEUS *STAKEHOLDERS* FORNECEDORES.

ESTE CÓDIGO FOI APROVADO EM 2017, PREVENDO-SE A SUA IMPLEMENTAÇÃO DURANTE ESSE ANO.

# 04.



## Estratégia de Responsabilidade Social





## ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O tema da sustentabilidade é intrínseco à atividade do Grupo Montepio, pois enquanto instituição de economia social coloca o progresso económico ao serviço dos associados, dos clientes e da comunidade. A Estratégia de Responsabilidade Social definida pelo Grupo Montepio assenta no desenvolvimento sustentável como propulsor da mudança e reconhece quatro eixos de atuação comuns às três principais entidades (Associação Mutualista, Caixa Económica e Fundação).

Para cada eixo de intervenção para o desenvolvimento sustentável, foram definidos objetivos estratégicos, ações concretas a desenvolver, KPI\* e metas a alcançar. Em 2016, foi o primeiro ano que o Grupo Montepio conseguiu monitorizar a sua estratégia e perceber qual o seu desempenho em relação às metas definidas para cada tema da sustentabilidade.



De seguida apresentam-se os objetivos definidos pelo Grupo Montepio no âmbito da sua Estratégia de Responsabilidade Social. No início de cada capítulo encontra-se informação mais detalhada em relação a ações implementadas, KPI\*, metas e resultados.

## EIXO DE INTERVENÇÃO

AFIRMAÇÃO  
DA IDENTIDADE

## OBJETIVOS/ÁREAS DE ATUAÇÃO

AFIRMAÇÃO  
DA  
IDENTIDADE**Promover o crescimento da Associação Mutualista 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 Associação Mutualista 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



## EIXO DE INTERVENÇÃO



### FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

#### OBJETIVOS/ÁREAS DE ATUAÇÃO

#### 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 Grupo Montepio

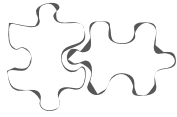
##### **Reforçar a relação com os associados**

- Realização de ações de aprofundamento da relação 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

## EIXO DE INTERVENÇÃO



### COOPERAÇÃO

#### OBJETIVOS/ÁREAS DE ATUAÇÃO

#### 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

## EIXO DE INTERVENÇÃO



### PROMOÇÃO AMBIENTAL

#### OBJETIVOS/ÁREAS DE ATUAÇÃO

#### PROMOÇÃO AMBIENTAL

##### **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

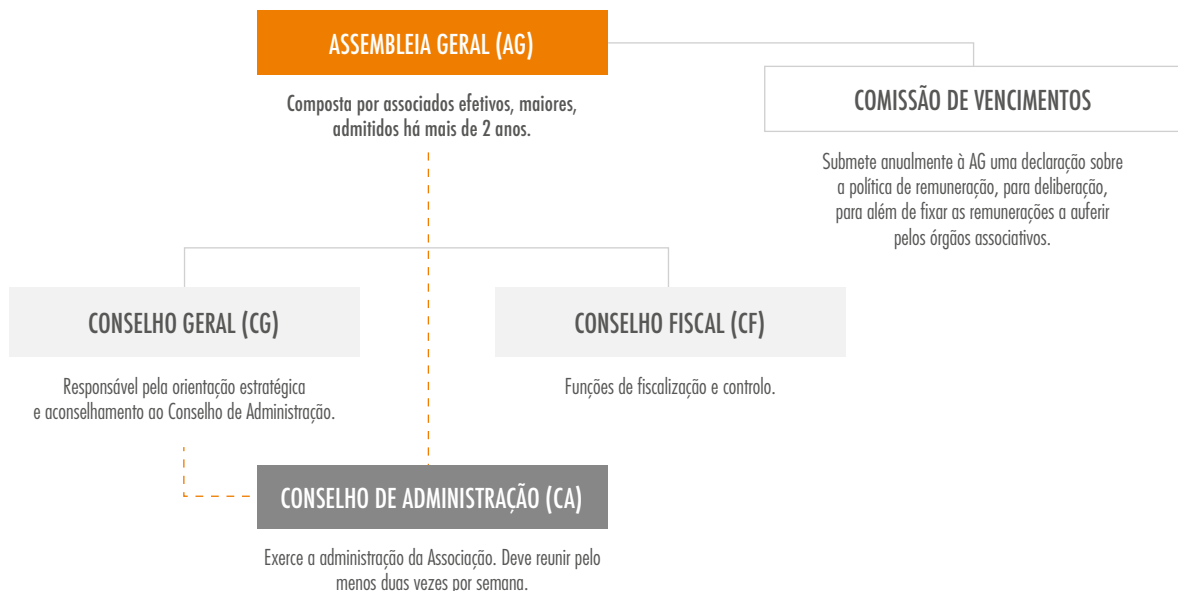
## MODELO DE GOVERNO

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

### MONTEPIO GERAL – ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

Um dos vetores de orientação estratégica da AM é desenvolver o modelo de governo, no quadro das alterações regulamentares que venham a verificar-se, e o sistema de funcionamento e de controlo interno. Em 2016, foram elaboradas análises de diagnóstico sobre as melhorias a introduzir, que conheceram desenvolvimentos no início de 2017 com a implementação de uma nova estrutura organizativa e funcional da AM, que deverá assegurar a autonomia do seu funcionamento e gestão, incluindo o sistema de controlo interno.

Os desenvolvimentos do modelo de governo estão dependentes da conclusão do processo de revisão do quadro regulamentar mutualista, com a aguardada publicação do novo Código 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.

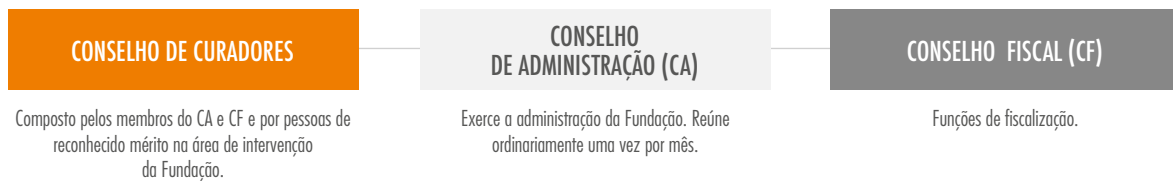
## CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

No ano de 2016, a natureza fundacional manteve-se como pilar do modelo de governo societário da CEMG. Este enquadramento societário da CEMG apenas será alterado com: (i) a efetiva transformação em sociedade anónima, após concluídos os termos processuais definidos no n.º 4 do artigo 6.º do Regime Jurídico das Caixas Económicas e no artigo 36.º dos estatutos da CEMG e (ii) da decorrente alteração de estatutos ao abrigo do disposto no n.º 1 do artigo 34.º do Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras.

O modelo de governo da CEMG, sendo um modelo dualista, compreende a Assembleia Geral, o Conselho Geral e de Supervisão, o Conselho de Administração Executivo, o Comité de Remunerações, o Comité de Avaliações, o Comité de Riscos e o Revisor Oficial de Contas e pode ser apresentado em termos esquemáticos do seguinte modo:



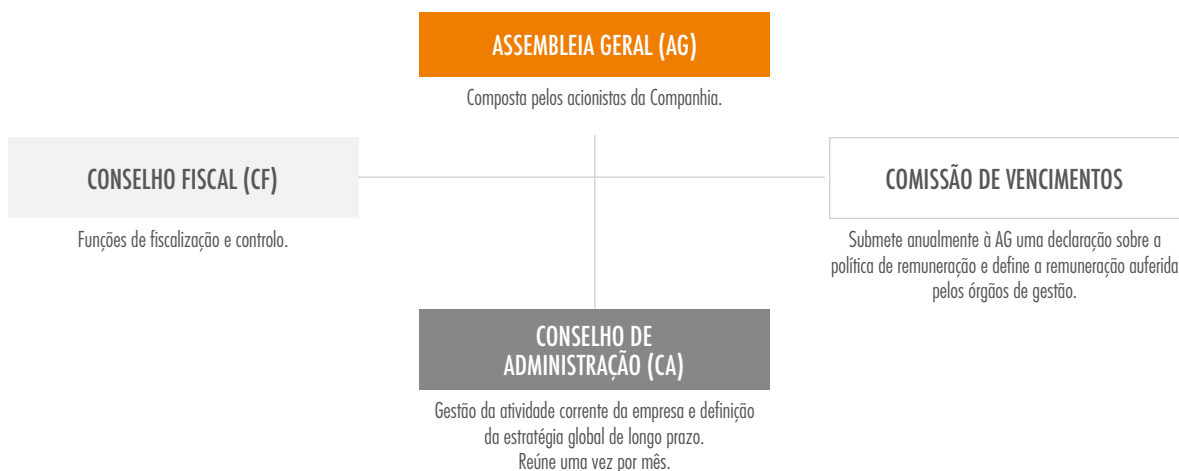
## FUNDAÇÃO MONTEPIO



Nota: O Conselho de Administração e o Conselho Fiscal da Fundação têm, por inerência, a mesma constituição que os respetivos Conselhos da AM.

## LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS

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



Além do CA, que reúne uma vez por mês, existe uma Comissão Executiva que reúne semanalmente.

## COMITÊ DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Além do Modelo de Governo existente em cada organização, o Grupo Montepio criou um Comitê de Responsabilidade Social – que inclui a AM, a CEMG e a Fundação e a Lusitania – e que tem como principal objetivo promover a sustentabilidade como motor de progresso global.

Em 2016, realizaram-se as 3 reuniões do Núcleo Executivo (junho, Julho e novembro), 1 do secretariado (maio) e 1 do Plenário (novembro), que abordaram temas como:

- Definição de KPI (Key Performance Indicator) para a estratégia de responsabilidade social
- Elaboração do Relatório de Sustentabilidade
- Manual de envolvimento com *stakeholders*
- Código de Conduta para fornecedores

### COMPOSIÇÃO / ÓRGÃOS E RESPONSÁVEIS

### COMPETÊNCIAS

### REUNIÕES

<b>Plenário</b>	Presidência – Presidente do CA da AM Membros dos Conselhos de Administração da AM, CEMG, Lusitania, Lusitania Vida e Fundação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir as linhas estratégicas de responsabilidade social para todo o Grupo</li> <li>• Aprovar todas as iniciativas, projetos e resultados de intervenção realizada por todas as entidades que integram o Grupo</li> <li>• Garantir uma articulação permanente entre o Comitê de Responsabilidade Social e os demais Comitês em funcionamento</li> </ul>	Duas vezes por ano e sempre que o Presidente o entender
<b>Núcleo Executivo</b>	Presidência – Presidente do CA da AM Responsáveis das unidades orgânicas: Centro Corporativo Grupo Montepio, Gabinete de Responsabilidade Social, Gabinete de Relações Públicas Institucionais, Gabinete de Dinamização Associativa, Direção de Desenvolvimento Organizacional, Direção de Planeamento, Estratégia, Controlo e Contabilidade, Direção de Marketing Retalho, Direção de Marketing de Empresas, Direção de Recursos Humanos, Direção de Marketing Estratégico, Inovação e Comunicação, Direção Comercial Economia Social e Setor Público, Direção de Compliance, Unidade de Serviço Partilhados, Direção de Risco.	Elaborar o Relatório de Sustentabilidade e demais instrumentos necessários à sua execução	Trimestrais
<b>Secretariado Técnico</b>	Coordenação – Gab. Responsabilidade Social Técnicos indicados por algumas unidades orgânicas que compõem o Núcleo Executivo	Apoio ao funcionamento do Comitê	Mensais

## GESTÃO DE RISCO

As empresas do Grupo Montepio deram continuidade às políticas e processos de identificação, gestão e monitorização do risco que dispõem. 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

No quadro da sua missão, finalidades e especificidades da sua natureza associativa e mutualista, as metodologias e processos de gestão dos riscos inerentes à atividade da AM têm em vista assegurar a melhor adequação possível da composição e características dos ativos com o perfil das responsabilidades, designadamente maturidades, taxas técnicas, esperança de vida e sinistralidade, permitindo a mitigação dos riscos e a antecipação da sua materialização e assegurando que os compromissos assumidos pela AM sejam cumpridos.

A política de gestão de riscos assenta na devida identificação e medição dos diversos tipos de risco a que a AM está sujeita, num controlo sistemático e tempestivo dos mesmos, que, nalguns casos, é efetuado numa base diária, como seja o risco de liquidez, na execução da política de investimentos e de medidas de mitigação de riscos.

## FORMAS DE GESTÃO E CONTROLO DOS RISCOS

### RISCO DE MERCADO

O 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.

A metodologia seguida assenta nas seguintes análises:

- i. *Duration* dos ativos e dos passivos;
- ii. *Gaps* de taxa de juro estáticos e dinâmicos, ou seja, considerando a evolução da atividade;
- iii. Risco de reinvestimento.

### LIQUIDEZ

A gestão do risco de liquidez é realizada através do controlo diário, com base numa previsão dos fluxos de recebimentos e de pagamentos e da construção de perfis de maturidade dos ativos e das responsabilidades, identificando antecipadamente *gaps* que possam vir a suceder com a finalidade de, por um lado, assegurar atempadamente os pagamentos dos benefícios aos subscritores das modalidades associativas e, por outro, rendibilizar eventuais excessos de liquidez, através de aplicações em ativos mais rentáveis apesar de menos líquidos.

### RISCO DE CRÉDITO

Da gestão do risco de crédito fazem parte o cumprimento dos limites definidos na política de investimentos financeiros, no que concerne à distribuição por setores de atividade, exposição por zona geográfica e qualidade creditícia (classificação por rating) além da análise de impactos que possam vir a ter na atividade.

### RISCO ESPECÍFICO DAS MODALIDADES ASSOCIATIVAS

O risco específico das modalidades associativas refere-se ao risco associado às características, condições e parâmetros atuariais das modalidades, designadamente risco de descontinuidade ou de reembolso antecipado, risco de invalidez e risco de mortalidade, bem como o risco de adequação das responsabilidades por alterações nas taxas de juro e, ou, na maturidade.



## CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

Durante 2016 prosseguiram os trabalhos de desenvolvimento de métodos e procedimentos no domínio da identificação dos riscos de quantificação das perdas potenciais subjacentes e de tomada de medidas para a sua mitigação, destacando-se o seguinte:

- Reforço da uniformização de controlo e políticas de gestão de risco dentro do Grupo CEMG;
- Reforço do processo de decisão de crédito, com a integração da Direção de Análise de Crédito nos escalões de decisão, consubstanciando os princípios de colegialidade e segregação de funções no processo de decisão de crédito;
- Revisão do regulamento interno para o processo de recuperação de crédito, incluindo a definição de princípios e regras adequadas ao processo de recuperação e à delegação de competências de decisão na Direção de Recuperação de Crédito, por forma a agilizar o processo de tomada de decisão;
- Melhoria da capacidade de análise do risco de crédito de clientes, com implementação de *masterscale* que agrega em escala única todas as notações dos modelos de *scoring* e *rating* utilizados no processo de análise e decisão de crédito. Em acréscimo foram atualizados os modelos de *rating* interno aplicados ao segmento de empresas não financeiras e implementado novo modelo de *scoring* comportamental para a carteira de crédito à habitação;
- Criação do Núcleo de Validação de Modelos responsável pela validação independente dos modelos de avaliação de risco de crédito, nomeadamente pelo cumprimento dos requisitos internos e externos aplicáveis em termos quantitativos e *backtesting*;
- Implementação de um novo reporte regulamentar sobre risco de liquidez (Additional Liquidity Monitoring Metrics);
- Implementação de um novo reporte regulamentar sobre risco imobiliário (Instrução do Banco de Portugal n.º 4/2016);
- Implementação de novas métricas e controlos sobre risco de taxa de juro da carteira bancária.

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.
Comité de Recuperação de Crédito	Acompanhar, ao nível da eficiência e da eficácia, a performance do processo de recuperação de crédito, metodologias e estratégias de recuperação, sistemas de suporte à atividade bem como a evolução de indicadores de <i>performance</i> através de KPI*.

\* KPI = Key Performance Indicator

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, o risco de sistemas de informação e o risco de *compliance*.

#### **LUSITANIA – COMPANHIA DE SEGUROS**

Em 2016 destacam-se os seguintes desenvolvimentos da área da gestão de risco:

- Continuidade dos trabalhos de implementação da solução informática que dará suporte aos requisitos de reporte regulamentar;
- Evolução do Sistema de Governação, com a aprovação e publicação da política de apetite ao risco e a política de autoavaliação do risco e da solvência (ORSA), de acordo com a Diretiva de Solvência II, as orientações da EIOPA – European Insurance and Occupational Pensions Authority e o novo regime de acesso e exercício da atividade seguradora e resseguradora (RJASR);
- Desenvolvimento e realização do exercício de autoavaliação prospetiva dos riscos e de solvência 2016, no âmbito do processo de planeamento estratégico;
- Monitorização trimestral da posição de solvência da companhia e do grupo segurador;
- Desenvolvimento dos trabalhos associados ao processo de certificação dos elementos de informação de abertura para efeitos de supervisão e à certificação atuarial.

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 tarificação, 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.
Risco de Concentração	Risco que resulta de uma elevada exposição a determinadas fontes de risco, tais como categorias de ativos, linhas de negócio ou Clientes, com potencial de perda suficientemente grande para ameaçar a situação financeira ou de solvência da empresa.

## ÉTICA E INTEGRIDADE

### LANÇAMENTO DO CÓDIGO DE CONDUTA DA CEMG

A CEMG tem a responsabilidade de adotar um comportamento responsável que garanta a sustentabilidade da Caixa Económica Montepio Geral, dos seus clientes e das suas famílias, juntando a banca moderna e de inovação, como nos propomos a trabalhar, com valores tradicionais como: resiliência, honestidade, transparência e respeito pelos outros.

Estes valores enformam o Código de Conduta que define os padrões mínimos de interação com o outro, com os clientes e parceiros. Dada a importância do documento, a CEMG promoveu a formação através da Academia Montepio.

### COMISSÃO DE ÉTICA

A Comissão de Ética é responsável por verificar o cumprimento das determinações do Código de Conduta, ou sua modificação, recomendando medidas corretivas e a adoção de procedimentos sempre que o entender conveniente.

A Comissão de Ética pode proceder aos inquéritos que julgue oportunos e tomará conhecimento de todas as reclamações sobre cumprimento do Código de Conduta que lhe forem dirigidas. Cabe-lhe, ainda, pronunciar-se sobre quaisquer determinações, pedidos de esclarecimento ou sugestões, relacionadas com o Código de Conduta e formuladas pelas Autoridades de Supervisão.

A Comissão de Ética é constituída pelo Presidente do Conselho de Administração, que preside, pelos administradores e por um número variável de pessoas, até três, cooptadas pelos anteriores.

### **NORMAS DE CONDUTA - CARTA DE PRINCÍPIOS ESBG**

Os bancos membros da ESBG têm um forte compromisso com o desenvolvimento sustentável e abordam a sua responsabilidade social corporativa como parte integrante do seu negócio. Por conseguinte, a ESBG recomenda um compromisso com os seguintes princípios responsáveis:



- Relações justas e claras com os clientes
- Promoção da acessibilidade e inclusão financeira
- Produtos com benefícios ambientais
- Colaboradores responsáveis
- Contribuição responsável para a comunidade

### **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)



# 05.



---

## Envolvimento com *stakeholders*

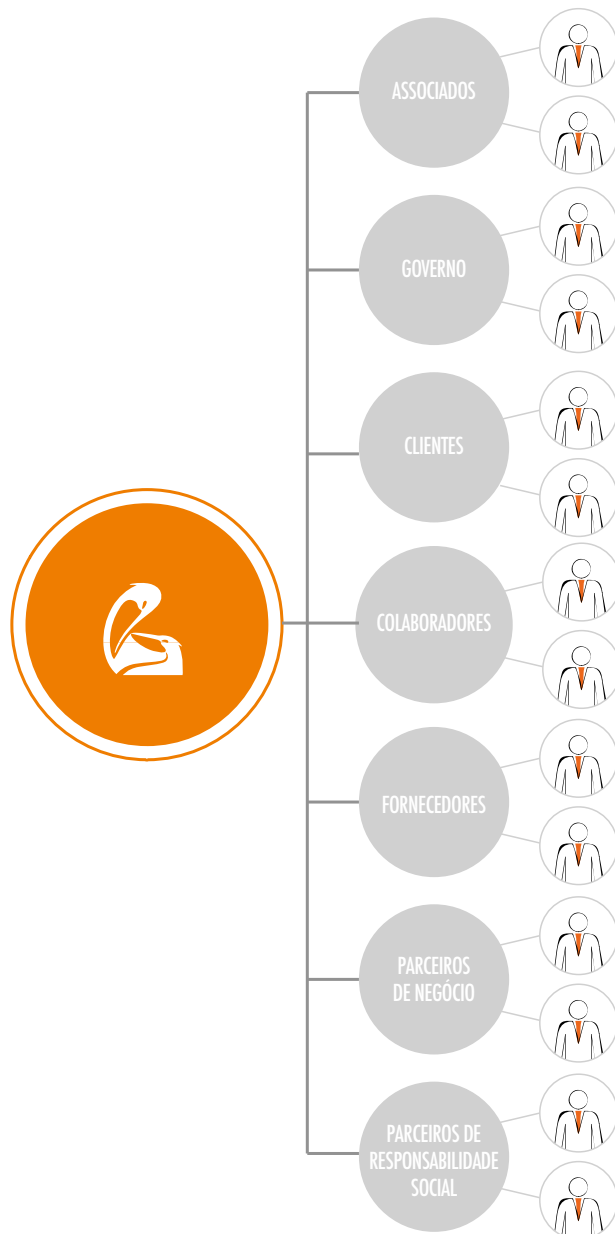




## ENVOLVIMENTO COM *STAKEHOLDERS*

O Grupo Montepio reconhece a importância de todos os seus *stakeholders* como elementos fundamentais para o prosseguimento das suas atividades e para o sucesso alcançado ao longo de mais de século e meio de existência.

O envolvimento com *stakeholders* é considerado como uma das principais ações que sustenta a sustentabilidade e a responsabilidade social, pois permite identificar as questões emergentes, moldar as respostas e continuar a conduzir melhorias de desempenho. Neste sentido, em 2016, o Grupo Montepio desenvolveu um Manual de Envolvimento de *Stakeholders* que se encontra em fase de aprovação.



## OS PRINCIPAIS CANAIS DE ENVOLVIMENTO COM OS PRINCIPAIS GRUPOS DE *STAKEHOLDERS*

A AM, a CEMG, a Fundação e a Lusitania, dispõem de diferentes canais de comunicação com os seus *stakeholders*. Através destes mecanismos, o Grupo Montepio mantém um diálogo permanente com os seus *stakeholders* e incorpora nos seus compromissos, ações e políticas corporativas, as questões que são identificadas por estes.

### ASSOCIADOS



- Revista Montepio
- Jornal Montepio Jovem
- Revista VOA
- *E-newsletter* mensal para associados
- Website
- Relatório e Contas
- Portal Ei
- *E-newsletter* mensal com as atividades de dinamização associativa

### COLABORADORES



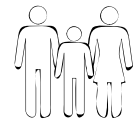
- Boletim Interno “Em Direto”
- Brochura Institucional da Fundação
- Intranet (destaque para publicação de RS *online*, *Newsletter* Voluntariado)
- Relatório e Contas
- Website

### FORNECEDORES



- Auditorias
- Brochura Institucional da Fundação

### CLIENTES



- 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
- Relatório de Governo

### PARCEIROS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



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

Em termos de comunicação é importante referir que está a ser desenvolvida a separação dos sites da AM e da CEMG. Nesse contexto o tema da sustentabilidade ficará alojado no website da AM.



## AUSCULTAÇÃO DE *STAKEHOLDERS*

Visando a compreensão das preocupações e das expectativas dos seus *stakeholders* em matéria de sustentabilidade, o Grupo Montepio efetuou uma consulta a *stakeholders* em 2015. Em 2016, foram envolvidos, pela primeira vez, os *stakeholders* da Lusitania, tendo os resultados desta auscultação sido integrados nos resultados da consulta efetuada anteriormente aos *stakeholders* da AM, CEMG e Fundação e servido de base à definição da matriz de materialidade considerada neste Relatório.

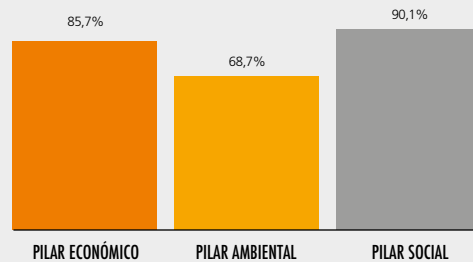
**EM 2017, O GRUPO MONTEPIO PREVÊ REALIZAR UMA NOVA AUSCULTAÇÃO DE *STAKEHOLDERS* COM O OBJETIVO PRINCIPAL DE VALIDAR A MATERIALIDADE DOS TEMAS**

PRINCIPAIS RESULTADOS DA AUSCULTAÇÃO DE *STAKEHOLDERS* REALIZADA EM 2015/2016

1. DESEMPENHO DE SUSTENTABILIDADE

Os *stakeholders* consideram que o Grupo apresenta 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 *stakeholders* consideram que o Grupo Montepio tem uma boa Reputação e Imagem.

**Desempenho económico-financeiro** - 84% dos *stakeholders* considera que o Grupo Montepio, enquanto instituição da economia social, coloca o progresso económico ao serviço dos associados, dos clientes e da comunidade.

**Visão e Liderança** - 86% dos *stakeholders* considera que o Grupo Montepio se posiciona como marca diferenciada no mercado financeiro e bancário nacional, representando a Economia Social, bem como os valores do associativismo mutualista, da solidariedade e do humanismo.

**Práticas Ambientais** - 53% dos *stakeholders* considera que o Grupo Montepio tem iniciativas concretas no sentido de minimizar o impacto ambiental global da sua atividade.

**Ética e Responsabilidade Social** - 91% dos *stakeholders* considera que o Grupo Montepio tem vindo a desenvolver diversas ações no domínio da responsabilidade social, dirigidas à comunidade.

**Oferta Comercial e Qualidade do Serviço** - 86% dos *stakeholders* considera que o Grupo Montepio se preocupa com a satisfação dos seus associados e clientes.

3. TEMAS RELEVANTES

Os *stakeholders* dão maior importância aos temas da dimensão económica - o Top 10 inclui 9 temas do pilar económico.

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

# 06.



**Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores**



## 2



**STARTUPS DA  
ECONOMIA SOCIAL  
APOIADAS**

## 76

**EMPREGOS CRIADOS A PARTIR  
DO MICROCRÉDITO**

## 18

**PRODUTOS COM PREOCUPAÇÕES  
SOCIAIS E INDUTORES DE PRÁTICAS DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL NOS CLIENTES**





## DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS DIFERENCIADORES

### DESEMPENHO 2016

OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI*	META	RESULTADO	
<b>AFIRMAÇÃO DE IDENTIDADE</b>					
<b>Consolidar o MGAM como a maior organização da economia social em Portugal</b>	Aumento do financiamento e investimento a novos projetos inovadores e sustentáveis e <i>startups</i> da economia social	Start ups apoiadas da Economia Social	2	2	
		Apoio a <i>startups</i> da Economia Social	10 000€	75 000€	
<b>Afirmar a Caixa Económica como estrutura da banca ética</b>	Participação em projetos e iniciativas promotoras da criação de um ecossistema de empreendedorismo e investimento social	Participação em projetos	ND	3	
		Projetos de micro créditos apoiados	ND	48	
		Montante de micro crédito concedido	ND	853 601€	
	Aprofundamento do investimento em microcrédito e apoio ao empreendedorismo social	Empregos criados - microcrédito	ND	76	
		Projetos de empreendedorismo social apoiados	ND	3	
		Montante de apoio ao empreendedorismo social	ND	58 305€	
		Empregos criados - empreendedorismo social	ND	6	
		Alargamento da penetração no mercado da economia social e clara diferenciação de produtos bancários e seguradores para esta área	Cientes terceiro setor	ND	2 123
			Cientes terceiro setor [% universo potencial]	ND	11%
	Variação no número de clientes		ND	4%	
	Produtos específicos para o terceiro setor		ND	8	
	Oferta de produtos com preocupações sociais e indutora de práticas de responsabilidade social nos clientes	Crédito concedido	ND	50 728 188€	
		Variação no volume de crédito concedido	ND	0,4%	
		Produtos existentes	ND	18	
<b>FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS</b>					
<b>Utilização dos canais</b>		Trafeito do site em 2016	ND	73.696.728	
		Visualizações por segmento - particulares, empresas, economia social	ND	72,81; 27,05; 0,12	
<b>COOPERAÇÃO</b>					
<b>Alargar a capilaridade e focalização da intervenção</b>	Revisão atualista da intervenção com ganhos de eficiência a partir da rentabilização de recursos	Projetos encaminhados pela rede comercial para outros investidores sociais	ND		
		Instituições que iniciaram relações comerciais com empresas participadas	4		
<b>Fortalecer as redes de parceria internas e externas</b>	Protocolos de colaboração e parcerias comerciais para promoção do tecido empresarial e da economia social	Protocolos e Parcerias com Associações Empresariais	ND	2	
		Protocolos e Parcerias com estruturas representativas da ES	ND	10	
<b>PROMOÇÃO AMBIENTAL</b>					
<b>Reduzir a pegada ecológica</b>	Desmaterialização de comunicação	Cientes com extrato digital	ND	303 000	
		Produtos indutores da adesão ao serviço de documentação digital	ND	3	
<b>Promover boas práticas ambientais no Grupo Montepio</b>	Oferta de produtos indutores de boas práticas ambientais	Produtos indutores boas práticas ambientais	ND	2	

ND – Não definida

\*KPI = Key Performance Indicator

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

		2014	2015*	2016
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Produto Bancário	784 499	403 587	371 522
	Provedores de capitais	0	0	0
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Governo	18 190	3 129	- 1 697
	Fornecedores	120 494	114 939	94 024
	Colaboradores	194 153	191 355	165 505
	Comunidade	1 559	998	852
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>		450 103	93 166	112 838

\*de acordo com o Relatório e Contas 2016, o valor de 2015 foi reexpresso com aplicação da IFRS 5 às Demonstrações Financeiras das subsidiárias em Angola e Moçambique, para efeitos comparativos.

## PRINCIPAIS INICIATIVAS DESENVOLVIDAS

Prosseguindo a sua missão e o seu objetivo de afirmar-se como estrutura de banca ética, em 2016 a CEMG continuou a disponibilizar aos seus clientes produtos bancários com benefício social e ambiental, contribuindo assim para dar resposta a desafios da sociedade.

### BANCA DE PARTICULARES

Em 2016, a CEMG prosseguiu com a estratégia para o segmento de clientes particulares de estímulo à poupança das famílias, nomeadamente através da disponibilização de produtos de recursos com diferentes características e maturidades, e do lançamento de um “programa de arredondamento” que visa a transferência para uma conta de poupança de uma criança ou jovem, dos montantes resultantes do arredondamento de compras e pagamentos efetuados com cartão de débito. Manteve-se a disponibilização das Soluções Montepio, pacotes integrados de produtos e serviços com um preço diferenciado, 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 da saúde e bem-estar.

### SOLUÇÕES DE INCLUSÃO FINANCEIRA

Destacam-se algumas soluções orientadas para a inclusão financeira, dirigidos a determinados segmentos e adaptados às suas necessidades específicas, nomeadamente:

#### SOLUÇÃO BANCÁRIA

#### DESCRIÇÃO

##### **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.

##### **Linha de Crédito Montepio Mais Mobilidade**

Para os clientes com mobilidade condicionada, a CEMG disponibiliza a Linha de Crédito Montepio Mais Mobilidade, que surge de uma parceria com 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.

##### **Contas Mini, Fun e Futuro**

Contas à ordem para crianças e jovens com idade até aos 6 anos, dos 7 aos 12 anos e dos 13 aos 17 anos, respetivamente, que visam dar suporte à constituição de uma poupança.

##### **Conta Montepio Especial Jovem**

Para os jovens até aos 30 anos de idade, a CEMG disponibiliza uma conta à ordem, com montante mínimo de abertura de 25 euros, isenta de comissão de manutenção, com movimentação através de cartão de débito com um preço diferenciado e acesso ao serviço de homebanking Net24.

## SOLUÇÕES DE PROMOÇÃO DA POUPANÇA

Prosseguindo a estratégia de incentivo à poupança das famílias, a CEMG disponibiliza um conjunto de depósitos a prazo que promovem a poupança de forma adaptada às diferentes necessidades das fases de vida dos clientes. Destacam-se algumas das soluções de promoção de hábitos de poupança para crianças e jovens, nomeadamente:

### SOLUÇÃO BANCÁRIA

### DESCRIÇÃO

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

Depósitos a prazo para crianças e jovens até aos 30 anos, que podem ser constituídos a partir de 125 euros, com a possibilidade de combinar entregas programadas com reforços pontuais.

**Montepio Poupança Ativa**

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

**Programa de Arredondamento**

Programa automático de adesão gratuita, através do qual se pode transferir o montante resultante do arredondamento das compras e pagamentos efetuados com o cartão de débito, para uma poupança de uma criança ou jovem.

## SOLUÇÕES DE APOIO À EDUCAÇÃO

### SOLUÇÃO BANCÁRIA

### DESCRIÇÃO

**Crédito Formação Montepio**

Linha de financiamento para apoio às despesas de formação, com uma taxa de juro diferenciada, com a possibilidade de definir um período de utilização, durante o qual o montante do crédito é disponibilizado em tranches, com periodicidade mensal, trimestral ou semestral, e durante o qual apenas haverá lugar ao pagamento dos juros relativos ao capital utilizado.

## SOLUÇÕES DE PROMOÇÃO DA SAÚDE E BEM-ESTAR

### SOLUÇÃO BANCÁRIA

### DESCRIÇÃO

**Crédito Saúde**

Linha de financiamento de médio e longo prazo para apoio nas despesas de saúde, com uma taxa de juro diferenciada, e com a possibilidade de os clientes beneficiarem de um período de carência, até ao máximo de 24 meses.

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

Cartão pré-pago que permite realizar carregamentos com os montantes pretendidos e usufruir de um conjunto de serviços de acompanhamento médico na Fundação com condições preferenciais.

## PROGRAMA DE APOIO À RECUPERAÇÃO DOS INCÊNDIOS

A CEMG DISPONIBILIZOU, NO VERÃO DE 2016, UM PROGRAMA DE APOIO À RECUPERAÇÃO DOS INCÊNDIOS, O QUAL VISOU A ATRIBUIÇÃO DE CONDIÇÕES MAIS VANTAJOSAS NAS LINHAS DE FINANCIAMENTO A PARTICULARES – CRÉDITO À HABITAÇÃO E CRÉDITO INDIVIDUAL -, COMO A ATRIBUIÇÃO DE UM PERÍODO DE CARÊNCIA DE CAPITAL E JUROS E A ISENÇÃO DE COMISSÕES, PARA APOIO À RECUPERAÇÃO DOS DANOS PROVOCADOS PELOS INCÊNDIOS.



## **CRÉDITO À HABITAÇÃO**

---

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 aquisição de habitação ou terrenos com condições diferenciadas, as quais podem ser consultadas no Portal de Imóveis Montepio.

Em 2016, e com o objetivo de tornar a oferta mais competitiva e adequada à atual conjuntura de recuperação da atividade do setor imobiliário, foi reformulada a oferta de Crédito Habitação, tendo sido criadas condições especiais diferenciadoras de preço e oferta dirigida a diferentes necessidades dos clientes, onde se inclui a Reabilitação Urbana. Para divulgar as condições especiais de Crédito Habitação, assim como reforçar o posicionamento da marca neste produto-chave, foi desenvolvida uma ação de comunicação above the line, a qual esteve presente em diferentes meios de comunicação.

---

## **SOLUÇÕES RESIDENTES NO ESTRANGEIRO**

---

Para os clientes que residem e trabalham no estrangeiro, a CEMG disponibiliza uma rede de Escritórios de Representação em vários países, que prestam um acompanhamento personalizado. Da oferta de produtos e serviços da CEMG para os clientes residentes no estrangeiro, destacamos as soluções de poupança, as soluções de Habitação, o Serviço Montepio24 e a documentação digital e as soluções para realizar pagamentos e transferências.

---

## **SOLUÇÃO MONTEPIO RUNNER**

---

A Solução Montepio Runner é dirigida a desportistas, mais concretamente a praticantes de corrida e caminhada, permitindo o acesso dos clientes a um conjunto de produtos e serviços financeiros para a gestão do seu dia-a-dia, em condições mais vantajosas.

---

## **CRÉDITO ENERGIAS RENOVÁVEIS**

---

Neste âmbito, é disponibilizada a Linha de Crédito Montepio Energias Renováveis, que consiste numa linha de crédito para apoio na aquisição e instalação de equipamentos que utilizam energias renováveis e alternativas.

---

## BANCA DE EMPRESAS

Considerando o posicionamento da sua marca como parceira do segmento empresarial, a CEMG continuou a apoiar este segmento e a sua internacionalização, e ao mesmo tempo a apoiar o empreendedorismo, através de várias soluções bancárias, incluindo o microcrédito.

### APOIO AO SEGMENTO EMPRESARIAL E À SUA INTERNACIONALIZAÇÃO

Atendendo à importância estratégica para a Economia Nacional do acordo Portugal 2020, e num período particularmente importante, com o tecido empresarial a ser incentivado a investir na qualificação e internacionalização, a CEMG assume uma presença e participação fortes no financiamento à execução dos projetos de investimento enquadrados no quadro comunitário a vigorar entre 2014 e 2020.

No âmbito do Negócio Internacional, a CEMG apresentou uma nova linha de comunicação que marcou presença nos balcões da CEMG, na imprensa nacional, nos meios online, e no SISAB – Salão Internacional do Sector Alimentar e Bebidas, demonstrando a aposta tanto nas empresas exportadoras ou potencialmente exportadoras como também na dinamização de *clusters* que evidenciam capacidade de crescimento e influência na dinamização da economia.



A CEMG reforçou ainda o seu posicionamento como um banco centrado no apoio ao desenvolvimento e às necessidades financeiras das PME portuguesas, através de uma estratégia que assenta numa colaboração estreita e dinâmica com associações empresariais e outros pólos regionais de dinamização do tecido empresarial. Neste âmbito foi firmado entre a CEMG e a AESintra – Associação Empresarial de Sintra um protocolo para a promoção de uma estratégia integrada de desenvolvimento do Ecosistema Empresarial e Empreendedor.

Ainda assente numa estratégia que visa o apoio e desenvolvimento de *Cluster* fundamentais destacamos as principais iniciativas de 2016.

- **Cluster Agro** O Montepio reforça o seu apoio ao setor Agrícola marcando presença em eventos de referência para o setor. Em paralelo, assinou o protocolo de cooperação com o Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas (IFAP) para o estabelecimento de condições de financiamento especiais de apoio às atividades do setor agrícola e florestal.
- **Cluster Turismo** Um dos principais eventos do turismo no Algarve, a Gala Algarve Travel Awards by EC Travel, premia a excelência de todo um sector estratégico para a Região. Ao abranger em escalões distintos toda a atividade hoteleira, de serviços e de incoming permite valorizar todas as categorias e reforçar os laços com os principais operadores nacionais e internacionais.
- **Cluster Imobiliário e Reabilitação Urbana** A CEMG esteve presente em temas ligados ao setor imobiliário, apoiando e promovendo o debate entre vários intervenientes. De destacar a participação na III Semana da Reabilitação Urbana, que reuniu em Lisboa especialistas nacionais e promoveu a reflexão e troca de ideias sobre a importância e valor da reabilitação urbana através de conferências e exposições.
- **Cluster Inovação** A CEMG manteve o seu posicionamento na área do empreendedorismo. Na base encontra-se o apoio às *startups* de cariz inovador, em resultado de parcerias com as principais entidades de âmbito nacional, regional e social na área do empreendedorismo tecnológico e social, uma oferta adequada ao ciclo de vida das *startup* - Montepio Takeoff - e uma política de apoios e patrocínios orientada para o estímulo do espírito empreendedor da sociedade portuguesa.

### Programa *Startup Portugal*

O movimento de apoio ao empreendedorismo – a que a CEMG é o único banco a associar-se, afirmando a determinação de colaborar e fortalecer a estratégia do país para o empreendedorismo, seja na dimensão de mentor, cliente ou *sponsor* – confirma a estratégia que tem vindo a ser seguida pela CEMG, de apoio às PME e ENI, mas também aos projetos de negócio suportados na inovação, criatividade e espírito empreendedor.



O Programa Startup Portugal é uma iniciativa do Governo de Portugal orientada para o reconhecimento da importância do Empreendedorismo em matéria económica, mas também na criação de emprego de melhor qualidade e de maior qualificação. O programa Startup Portugal foi pensado a quatro anos, estrutura-se a partir de três áreas de atuação - o ecossistema, o financiamento e a internacionalização – e incorpora medidas destinadas a promover as startups, as incubadoras e os investidores portugueses nos mercados externos, mas também a atrair para Portugal mais startups, incubadoras, aceleradoras, clientes e investidores estrangeiros.

A participação da CEMG na esfera do empreendedorismo tem, ano após ano, sido reforçada, seja enquanto entidade de primeira linha, como é exemplo a parceria com o IAPMEI e CML, na Startup Lisboa, seja noutros projetos de incubação de ideias e empresas, bem como por via da celebração de protocolos de colaboração e apoio junto da comunidade, nomeadamente associações.

O empreendedorismo, tema-chave da dinâmica económica, ganhou relevância, mas também uma oferta e imagem próprias, ajustada às necessidades de quem pretende desenvolver uma ideia de negócio – oferta Montepio TakeOff.

Ainda durante o ano de 2016, a CEMG reforçou a sua participação nas iniciativas das entidades públicas orientadas para a dinamização da oferta de financiamento das empresas, com linhas de crédito protocoladas, nomeadamente:

## SOLUÇÃO BANCÁRIA

## DESCRIÇÃO

### **Linha de Apoio à Qualificação da Oferta 2016 – Turismo Portugal**

Linha de crédito, com orçamento global de 60 milhões de euros e que visa apoiar o financiamento a médio e longo prazo de projetos de investimento de empresas do setor do Turismo, que se traduzam, especialmente, na criação de empreendimentos turísticos inovadores, na sua requalificação, assim como no desenvolvimento de projetos na área da animação turística e da restauração. Esta linha prevê a possibilidade de criação de linhas específicas para fazer face a objetivos concretos tendo sido lançadas, neste âmbito, a Linha de Apoio à Revitalização do Setor do Turismo no Concelho de Albufeira e a Linha de Apoio ao Setor do Turismo em Resultados dos Incêndios de Agosto.

### **Linha de Crédito para Apoio ao Setor Empresarial e à Recuperação de Empresas afetadas pelos Incêndios – PME Investimentos**

Linha de crédito, no valor de 10 milhões de euros, destinada a apoiar PME que tenham sofrido danos causados pelos incêndios que afetaram várias regiões do país no verão de 2016.

### **Linha de Crédito com Garantia Mútua IFD 2016-2020 IFD**

Integrada no Programa Capitalizar, com um montante global de 1.000 milhões de euros, a referida linha é dirigida ao financiamento de projetos de investimento de pequenas e médias empresas, sendo abrangidos especialmente projetos de reforço da capacitação empresarial para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, ou com inovações ao nível de processos ou produtos.

## BANCA DE ECONOMIA SOCIAL

A Economia Social assume, no Plano Estratégico 2016-2018 da CEMG, uma posição de extrema relevância em linha com a trajetória definida em anos anteriores. A CEMG assume diariamente um papel de parceiro estratégico e de suporte da economia social, quer no diálogo com as estruturas representativas do setor mas também com a auscultação de diferentes *stakeholders* do setor. Este empenhamento permite à CEMG garantir o acompanhamento a um número crescente de instituições de natureza social, respondendo às suas necessidades, operacionalizando os seus projetos empreendedores, construindo pontes para entendimentos e ações partilhadas, mas também tecendo uma rede de relação sempre orientada ao crescimento e fortalecimento da Economia Social e dos seus agentes. O enfoque estratégico e o posicionamento da marca em 2016 consubstanciam as orientações definidas para cada área prioritária de atuação: apoio ao desenvolvimento da economia social e apoio ao empreendedorismo social e ao microcrédito.

## APOIO AO DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA SOCIAL

Alicerçada num conhecimento sólido do setor, além de uma experiência suportada em equipas conhecedoras e comprometidas com várias dimensões que definem e singularizam as organizações da Economia Social, a estratégia definida concretiza-se numa relação de proximidade, estando lado a lado com os clientes na definição das melhores soluções, no fortalecimento das parcerias com um universo alargado de *stakeholders* da maior importância para o setor e na criação de produtos e serviços mais ajustados a quem tem por missão trabalhar com pessoas e para as pessoas.

A definição da Economia Social como um segmento de cliente central no âmbito de atuação da CEMG permitiu uma abordagem estruturada às organizações da Economia Social, tendo como objetivos adequar a solução às necessidades dos clientes e assegurar a mitigação do risco das operações, esta abordagem permite no final do processo uma melhor resposta ao cliente.

Reflexo do investimento da CEMG na relação de proximidade com as instituições do setor social foi a criação da DCESSP – Direção Comercial da Economia Social e do Setor Público com uma equipa dedicada – que no final de 2016 era composta por 44 colaboradores com funções comerciais e funções técnicas, com cobertura geográfica integral em Portugal Continental, que permitem pela sua experiência, conhecimento e dedicação, reforçar a qualidade de serviço e atender às necessidades dos clientes.

O posicionamento da CEMG como o Banco da Economia Social resulta de diferentes fatores, um dos quais a existência de uma oferta competitiva e robusta, pensada para responder às necessidades reais da Economia Social, o que diferencia a CEMG de outras entidades financeiras presentes no mercado. A CEMG considera que financiar a Economia Social e apoiar o empreendedorismo social é alimentar o motor de desenvolvimento económico e social, promovendo a criação de emprego, mais e melhores respostas ao serviço do país, das comunidades e da Economia Nacional, gerando riqueza.

## SOLUÇÃO BANCÁRIA

## DESCRIÇÃO

**Protocolos comerciais com Confederação Nacional das Instituições de Solidariedade (CNIS), União das Misericórdias Portuguesas (UMP) e Liga dos Bombeiros Portugueses (LBP)**

Renovação dos respetivos protocolos comerciais, que disponibilizam a um universo alargado de organizações associadas destas estruturas representativas o acesso a produtos e serviços bancários (gestão de tesouraria e financiamentos) a custos competitivos e ainda uma linha de crédito em matéria de Microcrédito/Empreendedorismo Social.

**Soluções Informáticas Setor Social**

Renovação da parceria com a F3M – Information Systems, alavancada no reforço da oferta e nas condições de financiamento, que disponibiliza soluções informáticas e de software para o setor social, com o objetivo de modernizar e tornar mais eficiente a gestão das organizações da Economia Social.

**Leasing Auto Setor Social**

Renovação da parceria com a Renault, centrada no financiamento de viaturas selecionadas com condições vantajosas e que possibilitam às organizações da Economia Social modernizar a sua frota automóvel e que incorpora ainda descontos no seguro automóvel obrigatório, através da Lusitânia.

**Cartão +Vida**

Cartão de crédito que permite apoiar uma instituição de solidariedade social sempre que é utilizado. Quando o cliente não indica a entidade que deseja apoiar, cabe ao Montepio definir as instituições que irão receber as contribuições. No primeiro semestre de 2016, as entidades selecionadas para receber as contribuições foram a Operação Nariz Vermelho e a SPEM – Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla. No segundo semestre as entidades beneficiárias das contribuições são a ACAPO – Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal e a Associação de Retinopatia de Portugal. O valor das contribuições situaram-se em 25.115 euros em 2016.

## SOLUÇÃO BANCÁRIA

## DESCRIÇÃO

### Linhas de crédito para a recuperação das situações relacionadas com sinistros decorrentes dos incêndios

Linhas de crédito especiais para particulares e empresas que visaram contribuir para a recuperação das situações relacionadas com sinistros decorrentes dos incêndios. Adicionalmente, "Um euro por um euro" foi o mote do acordo estabelecido entre a CEMG e a LBP que visou apoiar o Fundo de Proteção Social do Bombeiro (estrutura criada com o objetivo de promover e complementar a proteção social dos bombeiros e seus familiares nos domínios da assistência social e financeira). Por cada euro doado pelos portugueses o Montepio contribuiu com um euro adicional, tendo-se apurado um contributo de 18.734,18€ por parte da CEMG.

### Depósito Montepio Setor Social

Depósito a prazo a 12 meses com remuneração variável em função da opção de periodicidade de pagamento dos juros escolhida pelo Cliente. O depósito destina-se a instituições do Setor Social, nomeadamente Cooperativas, Associações, Mutualidades, Casas do Povô, Centros Sociais e Paroquiais, Fundações, Organizações e Instituições Religiosas, Misericórdias, Sindicatos e Organizações Profissionais, Coletividades de Cultura e Recreio, Associações de Bombeiros e outras organizações classificadas como pertencentes ao Setor Social. A conta dirige-se também a Uniões, Federações e Confederações que agrupem as entidades enunciadas anteriormente.

### Soluções Montepio Setor Social

É uma solução global de oferta integrada de produtos, serviços e vantagens dedicadas à economia social, como sejam: transferências, meios de pagamento, apoio a pagamentos e operações com mais facilidade e rapidez e uma solução exclusiva. O Cliente suportará uma comissão mensal de 8 € + Imposto do Selo, para usufruir do conjunto de Produtos/ Serviços (Conta à Ordem, + Crédito em Conta Corrente ou Conta à Ordem + Depósito a Prazo, 1 Seguro de Proteção Montepio, Linha de Crédito, Sistema de Débitos Diretos e TPA - Terminal de Pagamento Automático), sendo esta mais vantajosa do que a contratação de cada um dos Produtos e Serviços isoladamente.

### Linha de Crédito Social Investe

A Linha de Crédito Social Investe resulta de um protocolo assinado pelo Montepio, o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP), a Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES) e as Sociedades de Garantia Mutua (SGM), que visa apoiar as entidades sem fins lucrativos que integram o Sector da economia social. Destina-se a Instituições particulares de solidariedade social, mutualidades, misericórdias, cooperativas, associações de desenvolvimento local e outras entidades equiparadas da economia social sem fins lucrativos, que pertençam e desenvolvam atividade no âmbito da economia social.

### Seguro Voluntariado

O Seguro Montepio Voluntariado trata-se de um seguro de Acidentes Pessoais, Doença e Responsabilidade Civil para Instituições/Organizações de Voluntariado. Seguro obrigatório para todas as instituições que contam com a colaboração de voluntários. Cobre os riscos inerentes às atividades de voluntariado. Seguro dirigido a todas as instituições que contam com a colaboração de voluntários, desde que sejam Clientes Montepio não particulares.

## GUIA DE SOLUÇÕES PARA ORGANIZAÇÕES DO SETOR SOCIAL DA ECONOMIA

Em 2016, A CEMG procedeu ao lançamento do Guia de Soluções para Organizações do Setor Social da Economia, o qual procura evidenciar o conhecimento sobre o setor, bem como sistematizar a oferta desenvolvida exclusivamente para as organizações da Economia Social, explorando em detalhe não apenas os produtos e serviços, mas também as Parcerias, o desenvolvimento do ecossistema de Empreendedorismo e Inovação Social em que a CEMG participa e incorporando ainda testemunhos de Organizações e Empreendedores Sociais.



## PARTICIPAÇÃO E PATROCÍNIO DE EVENTOS

A estratégia de parceria desenvolvida pela CEMG para a Economia Social tem ainda como eixo fundamental a dinamização e promoção da Economia Social, relevando a sua importância no contexto nacional e regional da sociedade portuguesa. Neste domínio, a CEMG manteve a participação e patrocínio a eventos destinados à Economia Social e que procuram ser fóruns de debate e de reflexão sobre os desafios que o setor enfrenta, mantendo o enfoque na procura de soluções para ultrapassar esses desafios, dos quais se destacam:

- XII Congresso Nacional das Misericórdias - decorreu no Fundão, sob o tema "Misericórdias – Marca de Solidariedade". No decorrer do evento a CEMG marcou presença com stand e equipa de Gestores de cliente de Economia Social, potenciando o momento para divulgação dos produtos e serviços exclusivos para as organizações sociais.
- Portugal Economia Social - organizado pela Fundação AIP na FIL em Lisboa, sob o tema "Encontro do Empreendedorismo e Inovação na Economia Social" e que procurou ser o primeiro grande evento agregador e impulsionador da Economia Social em Portugal. A CEMG marcou presença no evento de forma alargada, criando o seu próprio palco de iniciativas, Comunidade Montepio reforçando o Grupo Montepio como um dos mais relevantes players nacionais da economia social promovendo o debate, entre outros temas, sobre o voluntariado, a empregabilidade, o envelhecimento, a saúde e o bem-estar, os desafios da capacitação da economia social e a sustentabilidade, agregando projetos e parceiros comuns.
- 11.ª Semana da Responsabilidade Social – organizada pela APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial e com o patrocínio da CEMG, dedicada ao tema "Cooperação para o Desenvolvimento", que lançou o debate sobre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030.
- Projeto Futebol de Rua – desenvolvido pela Associação CAIS, Projeto que em 2016 celebrou a sua 13ª edição com o apoio do Programa Football For Hope da FIFA, do Instituto Português do Desporto e Juventude / Plano Nacional de Desporto para todos, da Fundação Luso e da CEMG, promove a prática desportiva como estratégia inovadora na promoção da inclusão social.
- Greenfest Empowering People – considerado o maior e mais diversificado evento de sustentabilidade em Portugal e assente na filosofia sustentável Upcycling – reutilizar, utilizar menos recursos e reciclar, posiciona-se como um evento de partilha e de promoção da adoção de práticas que permitam o desenvolvimento da economia verde, da economia circular e da economia social de impacto.



## OFERTA MICROCRÉDITO

A CEMG continuou a promover e a desenvolver o seu papel no apoio a projetos inovadores e promissores através do microcrédito, o qual tem vindo a ser amplamente reconhecido como aspeto chave para combater o desemprego, criar emprego e contribuir para a produtividade e dinamismo económico do país. O sucesso do projeto de Microcrédito Montepio não seria o mesmo se não existisse a ligação às organizações da economia social, enquanto parceiros locais que atuam diretamente nos problemas sociais. O Microcrédito Montepio inova a partir de parcerias com organizações de âmbito nacional, distrital ou local, que se distinguem pela experiência no domínio do empreendedorismo social e da partilha de risco.

O Montepio criou recentemente o Núcleo de Microcrédito e Empreendedorismo Social, reforçando assim o seu posicionamento, nomeadamente ao dinamizar ideias/apoiar negócios na área do empreendedorismo, promovendo o financiamento de projetos inovadores, sejam criativos ou tradicionais, com viabilidade económico-financeira, que gerem valor para os seus promotores, procurando ativamente o contacto com entidades externas e participando em redes integradas de incubação de empresas e de apoio ao empreendedorismo.

Durante o ano, a CEMG manteve uma forte dinâmica na implementação do Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego – 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+.

O apoio ao empreendedorismo contou com diversas linhas de financiamento, nomeadamente o Microcrédito, assente em diversas parcerias estabelecidas com entidades com fortes preocupações na promoção do emprego, como Câmara Municipal de Lisboa – através do Programa Lisboa Empreende, a Rede Europeia Anti-Pobreza Portugal (EAPN) e mais recentemente a NERSANT – Associação Empresarial da Região de Santarém e a AESintra – Associação Empresarial de Sintra.

## SOLUÇÃO BANCÁRIA

## DESCRIÇÃO

### Linhas de crédito Microinvest e Invest+

O Montepio alcançou a primeira posição em termos de quota de mercado, no final do ano, com 25% das operações enquadradas na linha Microinvest, traduzindo-se em mais de 6.8 milhões de euros de montantes enquadrados. No que respeita à linha Invest+ o Montepio ocupava a 31 de dezembro a terceira posição com uma quota de mercado de 17%, traduzida em mais de 16 milhões de euros de montantes enquadrados.

### Solução Microcrédito Montepio

Solução que associa a componente financeira à solidária, garantindo aos agentes empreendedores um acompanhamento que fomenta uma forte e proveitosa proximidade e cooperação, através de dois fatores únicos diferenciadores: a existência de gestores especializados, que acompanham os empreendedores desde a fase embrionária da ideia de negócio, e o papel dos tutores de proximidade na elaboração dos planos de negócio e no acompanhamento da primeira fase de implementação dos projetos.



**INDICADORES DE MICROCRÉDITO\* (MILHARES DE EUROS)**

	2015	2016	(VARIÇÃO 16/15)	
			VALOR	%
Carteiras de negócio (n.º)	5	5	-	-
Clientes por região (n.º)	271	203	-69	-25%
Lisboa	97	114	+17	+18%
Porto	118	89	-29	-25%
Santarém	56	-	-56	-100%
Volume de negócio (milhares €):	4 452	1 421	-3 031	-68%
Recursos	502	198	-304	-61%
Crédito	3 950	1 223	-2 727	-69%
Volume de negócio por região (milhares €)	4 452	1 421	-3 031	-68%
Lisboa	1 797	763	-1 034	-58%
Porto	1 920	658	-1 262	-66%
Santarém	735	-	-735	-100%

\* As variações negativas devem-se ao facto dos Projetos de Microcrédito entrarem na rede específica (Núcleo de Microcrédito e Empreendedorismo Social) desde a fase de origem até a uma maturidade de seis meses na implementação do negócio. A partir deste momento, os projetos/negócios passam a ser acompanhados na rede de retalho através do balcão de proximidade do negócio. Esta situação ocorreu a primeira vez em 2016, verificando-se alteração dos pressupostos, fator que deve ser considerados na comparação.

**MAIS INFO EM...**

**R&C 2016 Associação Mutualista - páginas 27 e 30**

## APOIO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Atento às orientações nacionais e internacionais para a promoção de um ecossistema de inovação e investimento social, a Caixa Económica tem participado ativamente em dinâmicas de desenvolvimento de ideias e projetos que resultam não apenas na procura do lucro, mas que resultam numa prioridade ao impacto social. Em 2016, a CEMG reforçou a sua participação ativa na área do empreendedorismo social.

### APOIO A PROJETOS E STARTUPS SOCIAIS

Na sequência das orientações que, em 2015, resultaram do relatório do Grupo de Trabalho Português para o Investimento Social, em que o Montepio participou ativamente, encontra-se o apoio a *Startups* Sociais, ideias e projetos inovadores que procuram novas soluções e abordagens para os desafios sociais complexos.

A CEMG associou-se assim ao maior concurso de empreendedorismo a nível nacional e segundo maior do Mundo, através de uma parceria que se estende pelos próximos três anos, o Montepio Acredita Portugal –



concurso que vai já na sua 7.ª edição, promovido pela Acredita Portugal e CEMG. Tem como objetivo apoiar ideias, projetos e negócios promissores de qualquer cidadão, independentemente da idade e do nível de formação, existindo um contacto direto entre candidatos, especialistas, mentores e investidores, assim como o acesso a formação personalizada e a oportunidade de integrar um programa de pré-aceleração, que permite a todos os finalistas uma incubação de 6 meses no Impact Hub Lisbon.

A CEMG participa também no *Impact Generator* – programa de aceleração de impacto social focado na orientação para o desenvolvimento de iniciativas de inovação e empreendedorismo social, tendo como suporte o conhecimento da equipa de projeto e uma rede de parceiros, que permite aumentar o seu potencial de impacto, de disseminação e de angariação de investimento.

A Caixa Económica e a Associação Mutualista são parceiros fundadores da Plataforma de Crowdfunding BOABOA, a primeira plataforma de *crowdfunding* territorial de uma capital europeia – Lisboa – que vem completar a oferta necessária para a criação do ecossistema empreendedor, através de um modelo de financiamento colaborativo e enquadrada em quatro áreas de atuação: empreendedorismo; ciência e I&D; cultura, cidadania e participação; empreendedorismo e inovação social.

Esta plataforma é um instrumento que permite a ligação em rede de incubadoras de empresas, aceleradoras, *coworks*, *fablabs*, investidores e *hubs* criativos, com mais vantagens, reforçando o estatuto de startup city de Lisboa, como pólo criativo e dinamizador de ideias.

**boa boa**

## PARTICIPAÇÃO EM PROJETOS DE APROXIMAÇÃO E INCLUSÃO DE COMUNIDADES

- Projeto PEI – Promoção do Empreendedorismo Imigrante, da iniciativa do ACM – Alto Comissariado para as Migrações, tem como objetivo fomentar o empreendedorismo junto das comunidades imigrantes, com especial enfoque naquelas que residem em bairros de maior vulnerabilidade. A CEMG incorporou o júri de avaliação de projetos.
- JENIAL 2016 – 7.ª Edição do Encontro Nacional de Júnior Empresas e Iniciativas de Universidades Nacionais, sob o tema “O Futuro Hoje”, com o objetivo de desmistificar os desafios do futuro e do mercado de trabalho, potenciando as competências dos Júnior Empresários. O Montepio participou na realização do workshop “Soluções de Empreendedorismo”.
- Santa Casa Challenge – Concurso de inovação social digital promovido pela Santa Casa da Misericórdia de Lisboa em que a CEMG foi parceria e integrou o júri de avaliação de projetos e que se propôs ser um processo de identificação e desenvolvimento de soluções tecnológicas para áreas de intervenção da SCML, procurando associar a inovação ao desenvolvimento social e bem-estar da população.

## INOVAÇÃO NA CEMG

Com vista a incentivar a adesão ao serviço de documentação digital, a CEMG disponibiliza depósitos a prazo exclusivos ou com bonificação na remuneração para clientes com adesão à documentação digital: Montepio Aforro Digital, Montepio Net Ganhe e Montepio 4D.

### TRANSFORMAÇÃO DIGITAL – A PREPARAR O FUTURO. AGORA.

A transformação digital assume-se hoje como um fator crítico e estratégico para a afirmação das marcas junto dos clientes, de forma relevante e geradora de inovação. No setor bancário, a transformação digital ganha especial prioridade dada a emergência de novos *players*, que utilizam novas plataformas e novos modelos de negócio. Neste âmbito foi desenvolvida uma análise alargada, com identificação das tendências, requisitos e condições para a implementação do processo de transformação digital e definição do *roadmap* que terá impactos na eficiência e redução dos custos, na geração de valor acrescentado e no alcance, fidelização e reforço da relação com os Clientes.

No próximo triénio, os desafios passam por acentuar a CEMG como um banco digital e pela adaptação da rede de balcões às necessidades dos clientes. Esta mudança, para além de conferir à rede comercial uma nova imagem, de inovação e modernidade, visa adequar a estrutura comercial às necessidades e à realidade dos clientes da CEMG.

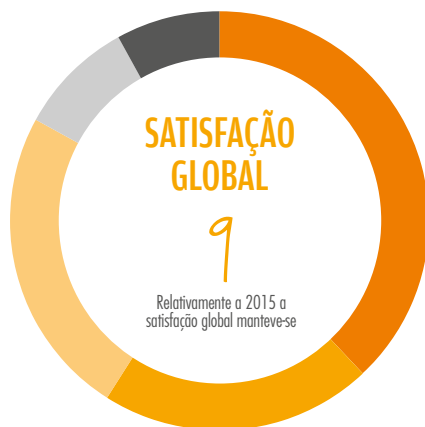
## RELAÇÃO COM O CLIENTE

### GESTORES DE CLIENTE

O serviço personalizado e o desenvolvimento da relação de proximidade que caracteriza a CEMG é assegurado pela rede de gestores de clientes que totaliza 503 gestores, dos quais 204 orientados para o segmento de Particulares e 299 para clientes Empresas. No que diz respeito ao segmento de Empresas, dando continuidade ao esforço de especialização do serviço, a CEMG disponibilizou 186 gestores de Pequenos Negócios, 73 gestores de Pequenas e Médias Empresas, 31 gestores de Institucionais e Economia Social e 9 gestores de Grandes Empresas.

### SATISFAÇÃO DE CLIENTES

O inquérito de satisfação a Clientes, referente ao 1.º semestre de 2016, foi realizado a 4.000 Clientes Particulares Ativos, vinculados e não vinculados, distribuídos por todos os Balcões do Montepio.

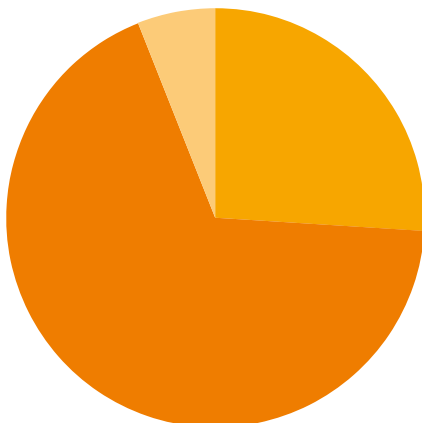


escala de 1 a 10

38% Nota 10  
21% Nota 9  
24% Nota 8  
9% Nota 7  
8% Nota ≤6

## FIDELIZAÇÃO (RELAÇÃO FUTURA)

No que respeita à relação futura com a CEMG, 68% dos clientes referem que pretendem mantê-la e 26% tencionam aumentá-la



68% Manter  
26% Aumentar  
6% Diminuir

## CANAIS ELECTRÓNICOS

No final de 2016, a CEMG registava 1.048 máquinas instaladas no parque de máquinas ATM – Automated Teller Machine, 416 instaladas em balcões e 632 disponíveis em locais externos. Em termos líquidos, o número de máquinas em 31 de dezembro de 2016 representou uma redução de 59 unidades, quando comparado com o número do final do ano de 2015 (1.107), para o que contribuiu o encerramento de balcões no exercício de 2016, determinando a retirada dos respetivos equipamentos.

Importa realçar, contudo, que devido à concretização de instalações de ATM em novos locais externos e ao continuado reajuste do parque de máquinas disponíveis no mercado nacional prosseguido pela Rede Global SIBS, do qual resultou uma redução de 272 máquinas para um total de 12.165, apenas se verificou um decréscimo de 0,45 p.p. da quota de mercado da CEMG, a qual atingiu 8,55%.

## GESTÃO DAS RECLAMAÇÕES

A gestão das reclamações é da competência do Gabinete de Provedoria do Cliente, o qual tem como missão dar cumprimento à Política de Tratamento e Gestão de Reclamações em vigor, assegurando a receção e tratamento das mesmas, bem como a respetiva resposta ao reclamante e/ou às Entidades de Supervisão.

Todas as reclamações apresentadas são encaradas como uma oportunidade de melhoria contínua da qualidade de serviço da Caixa Económica Montepio Geral (CEMG) e de aprofundamento das relações com os clientes.

Atendendo à qualidade, transparência e rigor que as Instituições de Crédito devem imprimir na comercialização dos seus produtos e serviços, a Provedoria do Cliente promove, de forma continuada, recomendações e alertas vários, tendentes a eliminar, na génese, as causas das reclamações apresentadas.

Em 2016, foram recebidas e tratadas pelo Gabinete de Provedoria do Cliente 5.160 reclamações visando a CEMG.

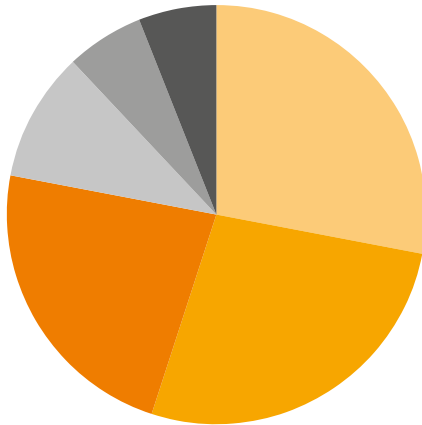
No que diz respeito ao prazo de resposta, releva-se que 42% das novas reclamações foram alvo de resposta num prazo igual ou inferior a 5 dias úteis. O prazo médio de resposta total situou-se nos 14 dias úteis.

As reclamações apresentadas através do Banco de Portugal e do Livro de Reclamações foram alvo de resposta num prazo médio de 18 e de 8 dias úteis, respetivamente, abaixo dos prazos legalmente exigidos.

Entre os assuntos mais visados em sede de Reclamação, encontram-se os Cartões e as Contas de Depósitos à Ordem, representando estas duas matérias cerca de 51% da totalidade das reclamações.

## RECLAMAÇÕES POR TEMA - 2016 (%)

Índice de reclamações (reclamações / 1000 clientes): 1,62



- 28% Cartões
- 27% Outros Temas
- 23% Contas à Ordem
- 10% Crédito à habitação
- 6% Indisponibilidade do serviço
- 6% Atendimento

# 07.



Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados



477,7

MILHÕES DE EUROS  
EM RECEITAS  
ASSOCIATIVAS

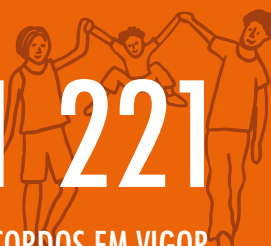


632 477

ASSOCIADOS

1 221

ACORDOS EM VIGOR







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

### DESEMPENHO 2016

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI*	META	RESULTADO	
<b>AFIRMAÇÃO DE IDENTIDADE</b>					
<b>Promover o crescimento da AM como uma das maiores mutualidades da Europa</b>	Dinamização da oferta e celebração de parcerias	Número de novas parcerias	50	72	
		Número de parcerias em vigor	1 200	1 221	
		Número de subscrições por Associado	1,64	1,647	
		Varição das receitas associativas das modalidades (€)	517 717 000	-67 953 390	
	Dinamização associativa, com base em protocolos em <i>elearning</i> e em <i>friendly technology</i>	Associados que participam em ações de formação	ND	151	
	Conquista do espaço da proteção social complementar	Número de novos associados	60 000	40 380	
		Varição da massa associativa	30 000	-454	
		Receitas associativas* (€)	1 015 144 000	477 701 921	
		Varição de inscrições nas modalidades de proteção**	512	-8 519	
		Número de subscrições por Associado	1,64	1,647	
	Investimento na divulgação e formação dos diversos <i>stakeholders</i> no domínio mutualista e na área da responsabilidade social	Artigos publicados sobre mutualismo	2	2	
		Artigos publicados sobre responsabilidade social	6	8	
		Participações sobre mutualismo em conferências	2	2	
		Participações sobre responsabilidade social em conferências	8	26	
		Iniciativas formativas na área da economia social	5	6	
		Audiência da Revista Montepio (%)	3	4	
		Referências ao mutualismo na imprensa	50	32	
		Recordação espontânea da marca - <i>Top of Mind</i> *** (%)	3,7	1,9	
	Assunção das funções de principal financiador e mediador do setor social da economia	Valor Total dos apoios e financiamentos concedidos (€)	1 000 000	1 000 000	
		Valor Médio dos apoios e financiamentos concedidos (€)	10 000	10 000	
	<b>Consolidar a AM como a maior organização da economia social em Portugal</b>	Reforço da intervenção da Fundação como promotora da capacitação da economia social e da avaliação de impacto	Projetos de capacitação	4	5
			Número de projetos com avaliação de impacto	2	4
			Projetos de promoção e avaliação do impacto	3	10
Aumento do financiamento e investimento a novos projetos inovadores e sustentáveis		Orçamento da Fundação aplicado a projetos inovadores e sustentáveis (%)	20	13	
		Projetos inovadores e sustentáveis apoiados	6	7	
Desenvolvimento e implementação de estratégias de comunicação orientadas à afirmação da marca e dos valores mutualistas, assim como à filiação associativa		Níveis de recordação e de notoriedade (%)	3,7	1,9	
		Valor da marca (€)	ND	-	
Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira		Ações presenciais de Educação Financeira [#]	10	3	
		Visualizações do portal de educação financeira do Montepio	120 000	2 358 511	

\*KPI = Key Performance Indicator

OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI*	META	RESULTADO
<b>FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS</b>				
<b>Reforçar a relação com os associados</b>	Realização de ações de dinamização associativa	Ações de dinamização associativa	200	300
		Associados envolvidos	7 500	8 388
		Novos associados por Iniciativa	ND	-
	Criação de espaços de acesso diferenciador e acessível para associados	Balcões com espaços diferenciados para associados (%)	-	29,6
		Associados utilizadores da Atmosfera M	-	717
		Associados utilizadores da Atmosfera M (%)	-	33
	Valorização permanente dos suportes de comunicação	Visualização de páginas com conteúdo orientado à comunidade de associados	100 000	110 000
		Audiência da Revista Montepio (%)	3	4
		Acessos e visualizações Portal Ei	120 000	2 358 511
	Condições preferenciais para associados	Número de iniciativas com acessos diferenciados a associados	20	12
		Quantificação do valor atribuído (€)	10 000	15 000
		Número de iniciativas com acesso diferenciado a associados versus total de iniciativas (%)	60	31

ND – Não definida

\*excluindo as Rendas Vitalícias

\*\*diferença entre total acumulado no final de 2016 e 2015

\*\*\*tratou-se de uma campanha assente pela primeira vez em produto

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

	2014	2015	2016
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>			
Receitas associativas	962 596	482 850	477 702
Provedores de capitais	-	-	-
Governo	-	-	-
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>			
Fornecedores	10 863	43 098	28 343
Colaboradores	2 715	3 385	4 450
Comunidade	1 608	1 249	1 275
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>	<b>947 410</b>	<b>435 118</b>	<b>443 634</b>

\*KPI = Key Performance Indicator

## PRINCIPAIS INICIATIVAS DESENVOLVIDAS

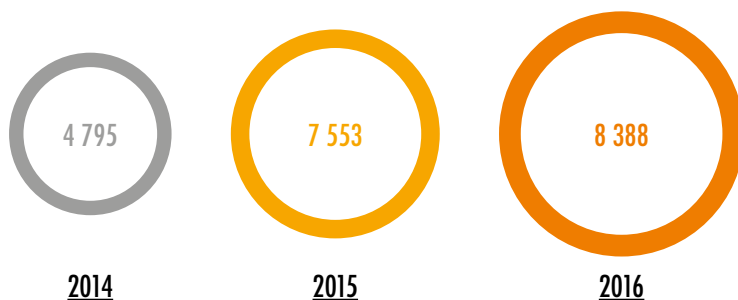
Prossequindo a sua missão de satisfação das necessidades dos associados, em 2016 a AM deu continuidade ao desenvolvimento de ações de proteção social nas áreas da segurança social e da saúde, promoção da cultura, sempre com vista à melhoria da qualidade de vida dos seus associados e beneficiários.

### DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA

Em 2016, a AM desenvolveu um diversificado programa de atividades de formação, cultura, lazer, qualidade de vida e bem-estar, que foi, desde o início, desenhado com vista a cumprir a missão mutualista da AM e aprofundar os laços associativos. No total foram realizadas 300 atividades (aumento de 25% em relação a 2015) que contaram com 8.388 participantes (aumento de 11% em relação a 2015).

O ano de 2016 pautou-se por acarinhar o início do “Roteiro das Termas” e “Na Senda da Energia- visita às Barragens”, numa parceria com a EDP, culminando com a Rota das Aldeias Históricas e Rota dos Museus de Terras de Barroso.

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



#### INICIATIVAS DE DINAMIZAÇÃO ASSOCIATIVA – 2016

	N.º AÇÕES	N.º PARTICIPANTES
Passeios com História	60	1 939
Visitas orientadas	161	4 313
Atividades de ar livre	46	1 553
Cursos/workshops/Conferências	29	427
Outras iniciativas	4	156

Estes dados, que acompanham a tendência de crescimento dos últimos anos, são reveladores do maior e melhor conhecimento por parte dos associados da existência da oferta cultural e lúdica e, simultaneamente, do reconhecimento não apenas da qualidade dos eventos em agenda, como do rigor e do desempenho de excelência que é exigido e colocado no terreno pelos parceiros da AM.

#### PARCERIA COM A ACADEMIA DE CIÊNCIAS DE LISBOA

Destaca-se a manutenção da parceria existente com a Academia de Ciências de Lisboa, sob a forma de conferências e cursos de informática e é de realçar dois relevantes eventos realizados em 2016:

- A 1ª edição do Prémio Montepio da Ciência destinado a alunos que entregaram e defenderam o Doutoramento nos anos letivos 2012/2013 e 2013/2014, na área das Ciências Exatas e Naturais.
- O apoio à Exposição “Testemunhas do Caos – Faces do Terramoto de 1755”, resultante das escavações levadas a cabo no Claustro do antigo Convento da Ordem Terceira de S. Francisco e onde se incluiu a apresentação de um busto correspondente a uma testemunha da época deste fenómeno natural.

A descentralização geográfica, a par da diferenciação dos temas, têm sido o mote do programa de iniciativas para associados, existindo a preocupação de contemplar todos os distritos de Portugal e ir além-fronteiras, como ocorreu com a visita realizada em Espanha e intitulada “Abraçar o Apóstolo e viver Santiago de Compostela”.

O quadro seguinte resume a distribuição geográfica das atividades e número de participantes:



#### MAIS INFO EM...

R&C 2016 Associação Mutualista – páginas 27 e 30

## CLUBE PELICAS



O Clube Pelicas abrange crianças até aos 13 anos de idade e totalizou, no final de 2016, 61.180 inscrições, que representam 9,7% do total de associados. A fidelização destes associados é particularmente relevante para a manutenção da dimensão associativa, pelo que, em termos de dinamização associativa, existe a preocupação de ter uma oferta constante de atividades para os mais jovens, que permitam contribuir para o seu relacionamento afetivo com a associação e que contribuam para o seu desenvolvimento em termos de cidadania.



A revista VOA, a linha de atendimento exclusiva 707 504 505 e o site do Clube Pelicas contribuem para este fim mas também são fundamentais a presença do Clube Pelicas em eventos dirigidos ao target infantil e as várias atividades desenvolvidas nos Atmosferas m.

Em 2016, no âmbito das diversas ações desenvolvidas, foram abrangidas cerca de 12.000 crianças, entre as quais 368 em *workshops* e férias de Verão, 1.304 em atividades de prevenção de saúde e 2.052 no projeto "Pelicas vai à escola", estando as restantes envolvidas em outras atividades dirigidas ao público infantil.

De entre as atividades realizadas, destaque para a presença do Clube em eventos dirigidos ao segmento infantil e em várias atividades desenvolvidas nos espaços Atmosfera m. Essas atividades, que contaram com 11 974 participantes em 2016, abrangeram as seguintes áreas:

- Expressão plástica – *workshops* de temáticas diversas, que contribuem para desenvolver a criatividade, a imaginação e capacidade de expressão;
- Incentivo à leitura – com a rubrica "Histórias Contadas", como forma de divulgação de valores, com a apresentação de histórias com conteúdo moral;



- Raciocínio lógico e matemático – com os *workshops* de Xadrez, importante para construção do pensamento independente e capacidade de transpor obstáculos;
- Realização da festa de carnaval e *workshops* em que se criaram presentes para o Dia do Pai/ Dia da Mãe/Decorações de Páscoa e Natal, atividades que contribuem para afirmação da expressão cultural;
- Atividades físicas – que desenvolvem o bem-estar, o respeito por si próprio e pelos outros, como é o caso do Judo.

Sendo os pais fundamentais no desenvolvimento das crianças, a AM lançou no final do ano de 2016, nas atmosferas m, a rubrica "Conversas entre Pais" que pretende ser um espaço de conversa informal entre pais e educadores para troca de experiências sobre questões ligadas à educação e desenvolvimento das crianças. Em cada sessão esteve presente um psicólogo e/ou pedagogo e os primeiros temas abordados foram as "Pedagogias Alternativas" e a "Autonomia nas Crianças".

A conjuntura social atual torna premente a divulgação de hábitos e comportamentos saudáveis. Nesse sentido, a continuação da parceria estabelecida entre o Clube Pelicas e a APCOI – Associação Portuguesa Contra a Obesidade Infantil, tem permitido sensibilizar os mais pequenos para a adoção diária de hábitos alimentares saudáveis. Através de um programa de incentivos ao consumo de fruta que decorre durante todo o ano letivo junto da comunidade escolar, com crianças com idades entre os 4 e os 10 anos, os mais jovens são alertados para a necessidade de consumir fruta diariamente.

No final de cada ano letivo são selecionadas escolas nas quais a participação e a mudança de hábitos foi mais premente, recebendo as mesmas, como forma de

incentivo/prémio a realização uma peça teatral com a presença das mascotes da APCOI e a mascote do Pelicas.

A divulgação dos valores mutualistas de solidariedade, entreajuda, amizade, não discriminação e de poupança como forma de prevenir riscos futuros, continuam a ser um importante objetivo do Montepio Geral – Associação Mutualista.

Na persecução dessa premissa, o projeto “Clube Pelicas vai à Escola” tem permitido uma ampla divulgação dos valores mutualistas junto das crianças, que participam de forma entusiástica. Os professores também têm reconhecido a relevância do projeto em prol da

divulgação dos valores de cidadania. No âmbito das diversas ações desenvolvidas, abrangemos cerca de 12.000 crianças em atividades.

No segmento Juvenil (13/23) foi dado seguimento à estratégia iniciada em 2015, tendo sido promovidas atividades exclusivas para os jovens associados que versaram essencialmente temas ligados às novas tecnologias, videojogos, banda desenhada e cultura pop, como foi o caso da Lisboa Games Week, IBERANIME, COMIC CON PORTUGAL ou atividades ligadas à natureza, como a noite de Pirlampos no Parque Biológico de Gaia e a visita aos bastidores do Oceanário de Lisboa.



## ATMOSFERA M

Em funcionamento no Porto, desde 2014, e em Lisboa, desde 2015, os espaços atmosfera m apostaram, durante o ano de 2016, na uniformização da sua programação, construindo uma agenda de atividades comuns e em paralelo. Os espaços atmosfera m têm um papel ativo no aproximar aos associados, apoiando-os na organização de iniciativas e adequando a oferta programática ao que procuram.

Em 2016, os espaços atmosfera m acolheram e organizaram 737 eventos, nos quais participaram 19.594 pessoas (13.283 no Porto e 6.311 em Lisboa). Mantiveram-se as habituais tertúlias da Sociedade Civil, que permitiram perceber que temas voltados para a família, a participação cívica e o envelhecimento ativo geram mais debate e participação.

Ao longo de 2016, a AM colaborou com entidades como a Unicef, Associação Coração Amarelo, Rede Europeia Anti Pobreza, Ordem dos Nutricionistas, Sociedade Portuguesa de Terapia Familiar, GRACE, Cáritas, entre muitas outras instituições.

Pelas ações diretas com a sociedade civil, tem-se efetivado um diálogo contínuo com diversas instituições, para as quais os espaços no Porto e em Lisboa são essenciais à prossecução dos programas de ação a que se propõem. Além destas organizações, largas dezenas de outras usufruíram, em 2016, da cedência de instalações dos espaços atmosfera m para a realização de conferências, seminários, congressos, formações, ciclos de debates e apresentações de livros.

Durante todo o ano, a atmosfera m Porto continuou a alimentar a Campanha “Papel por Alimentos”, tendo reciclado 168 kg de papel que foram convertidos em alimentos para o Banco Alimentar.



## DESENVOLVIMENTO DA OFERTA MUTUALISTA

### MODALIDADES

Durante 2016, a AM divulgou e promoveu a sua oferta de modalidades, prosseguindo a sua política de alargamento da base associativa, satisfação das necessidades dos associados e aprofundamento das relações associativas.

### RECEITAS ASSOCIATIVAS

Em termos do montante acumulado de Receitas Associativas, o ano terminou com um valor de 477,7 milhões de euros, face a 482,8 milhões de euros, em 2015, o que significou um ligeiro decréscimo, de 1,1%. A ligeira redução verificada teve por base a redução do valor das quotizações nas modalidades de previdência (em particular, nas modalidades Montepio Proteção 5 em 5 e Capitais de Previdência Diferidos com Opção), devido à diminuição do montante de liberações realizadas pelos associados, sendo que a diminuição dos capitais recebidos na modalidade Montepio Poupança Complementar foi compensada pelo volume de capitais recebidos na subscrição da modalidade Montepio Capital Certo, para o qual contribuiu a emissão de um maior número de séries desta modalidade.

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

	2015	2016	(VARIÇÃO 16/15)	
			VALOR	%
Benefícios de solidariedade associativa	11 658	11 600	-58	-0,5
Modalidades individuais	470 935	465 688	-5 247	- 1,1
Modalidades coletivas	254	414	160	63
<b>TOTAL</b>	<b>482 847</b>	<b>477 702</b>	<b>-5 145</b>	<b>-1,1</b>

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

### GABINETE DE ESTUDOS SOCIAIS E MUTUALISTAS (GESM)

Ao longo de 2016, o GESM realizou as seguintes atividades:

- Realização e publicação dos resultados de Inquérito à Perceção dos Associados sobre o Mutualismo, que envolveu 5.034 associados.
- Realização de Inquérito à Opinião dos Associados: Saúde e Segurança Social, que teve a participação de 2.264 associados e cujos resultados serão publicados em 2017.
- Publicação do estudo "Retrato Associativo 2015", com a caracterização dos associados do MGAM.
- Realização de estudo de caracterização das "Saídas de Associados do MGAM - 2015".
- Continuação dos estudos de saúde e bem-estar entre os associados (projeto Pro.Mo Saúde)

## BENEFÍCIOS COMPLEMENTARES PARA ASSOCIADOS

### PARCERIAS

Ao longo de 2016, a AM manteve a sua política de celebração de parcerias que visam proporcionar aos associados condições preferenciais na aquisição de produtos e serviços das entidades parceiras. Além das negociações desenvolvidas que permitiram a concretização de 72 novas parcerias, o ano terminou com um total de 1.221 acordos ativos, sendo 84 deles a nível nacional. A estrutura das parcerias é constituída da seguinte forma:



É de salientar o desempenho das parcerias estratégicas criadas no setor das telecomunicações – MEO – e dos combustíveis – Repsol Portuguesa.

No que se refere à Repsol Portuguesa, ao longo de 2016 foram emitidos 28.621 novos cartões e, no global, os associados utilizadores dos cartões Montepio Repsol obtiveram um benefício imediato acumulado de 6,8 milhões de euros, que reverteu integralmente para os seus utilizadores.

### PARTICIPAÇÃO INSTITUCIONAL DA ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA

A Associação Mutualista participou em diversas atividades de cariz económico/social, nomeadamente:

- 31.º Congresso do CIRIEC Internacional, entre 21 e 23 de setembro, em Reims (França), com uma intervenção sobre “Contributo da Economia Social e Solidária para o desenvolvimento económico e social”





## LITERACIA FINANCEIRA

O Portal Ei – Educação, Informação (ei.montepio.pt) reforçou, ao longo de 2016, o seu papel de plataforma dedicada à disponibilização de conteúdos e ferramentas de educação financeira para gestão, conquistando novos recordes a nível de visitas, número de utilizadores e páginas visualizadas.

## GESTÃO DAS RECLAMAÇÕES

A gestão das reclamações é da competência do Gabinete de Provedoria do Cliente, o qual tem como missão dar cumprimento à Política de Tratamento e Gestão de Reclamações em vigor, assegurando a receção e tratamento das mesmas, bem como a respetiva resposta ao reclamante e/ou às Entidades de Supervisão.

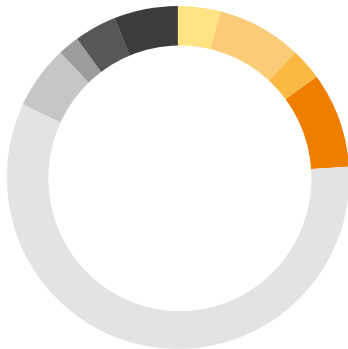
Todas as reclamações apresentadas são encaradas como uma oportunidade de melhoria contínua da qualidade de serviço da Associação Mutualista e de aprofundamento das relações com os associados.

Atendendo à qualidade, transparência e rigor que deve imprimir-se na comercialização dos produtos e serviços, a Provedoria do Cliente promove, de forma continuada, recomendações e alertas vários, tendentes a eliminar, na génese, as causas das reclamações apresentadas.

Em 2016, foram tratadas 136 reclamações visando a AM, sendo que, destas, 94 dizem respeito a questões relacionadas com inscrições mutualistas, quota associativa, benefícios complementares e outros temas relacionados com mutualismo. O prazo médio de resposta situou-se em cerca de 15 dias úteis, verificando-se que 27% das reclamações foram respondidas num prazo igual ou inferior a 5 dias úteis.

## RECLAMAÇÕES POR TEMA - 2016 (%)

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



- 4% Clube Pelicas
- 8% Mod. Grupo I - Reembolsos
- 3% Quota Associativa
- 9% Mod. Grupo II
- 58% Outros temas
- 6% Benefícios Complementares
- 2% Mod. Grupo III - Desistências
- 4% Habilitação e benefícios
- 6% Mod. Grupo III - Subscrições

**90**  
NOVAS RECLAMAÇÕES

**14,5 DIAS DE CALENDÁRIO**  
TEMPO MÉDIO DE RESPOSTA AO RECLAMANTE  
(PARA NOVAS RECLAMAÇÕES)

**27%**  
DAS RECLAMAÇÕES RESPONDIDAS  
EM 5 DIAS ÚTEIS OU MENOS

**22%**  
DAS NOVAS RECLAMAÇÕES TRATADAS  
COM RAZÃO ATRIBUÍDA AO CLIENTE

## ÍNDICE DE RECLAMAÇÕES (RECLAMAÇÕES / 1000 ASSOCIADOS)



2015



2016

# 08.

Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança





## ALINHAR A OFERTA SEGURADORA COM UM MUNDO EM MUDANÇA

Ao longo de 2016, a gestão da Companhia foi orientada pelos objetivos estabelecidos no plano de negócios da empresa. A sua atuação foi orientada por uma estratégia de crescimento com rentabilidade, pelo fortalecimento das relações de proximidade com os parceiros de negócio e clientes e, também, pelo cumprimento das exigências do regime Solvência II.

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

		2014	2015	2016
Valor económico direto gerado	Receitas – Prémios de seguro direto	175 229	184 801	185 085
Valor económico distribuído	Provedores de capitais	-	-	-
	Governo	1 514	1 866	2 200
	Fornecedores	10 512	13 022	11 835
	Mediadores (Comissões)	21 192	25 828	24 154
	Colaboradores	23 865	21 403	22 305
	Comunidade	117	222	272
Valor económico acumulado		118 028	122 460	124 321

O RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO AINDA REGISTOU UM VALOR NEGATIVO NO MONTANTE DE **8.4 MILHÕES DE EUROS**, REFLETINDO UMA MELHORIA MUITO SIGNIFICATIVA EM RELAÇÃO AO ANO TRANSATO

A Lusitania continua a centrar a sua atividade na implementação de medidas estruturantes para consolidar o crescimento operacional com sustentabilidade, reforçar a qualidade do serviço prestado aos parceiros e clientes e preparar as condições económicas para a criação de valor.

### EVOLUÇÃO DOS PRÉMIOS DE SEGURO DIRETO\* (em milhares de euros)

	2015	2016	VARIAÇÃO
Acidentes e Doença	61 446	64 218	4,5%
Incêndio e outros danos	41 905	41 840	-0,2%
Automóvel	68 624	68 119	-0,7%
Transportes	6 151	3 892	-36,7%
Responsabilidade civil geral	4 678	5 124	9,5%
Diversos	1 996	1 892	-5,2%
Total	184 801	185 085	0,2%

\* Prémios de seguro direto líquidos de resseguro aceite.

**440 092**  
*Clientes Particulares*  
-0.03% que em 2015

**45 422**  
*Clientes Empresas*  
-0.05% que em 2015

## 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, multirrisco e acidentes de trabalho
Seguros de família	Seguros de saúde para colaboradores
Seguros de lazer	Seguro voluntariado
Seguros habitação	Seguros para o setor marítimo
Seguros automóvel	Seguro de Responsabilidade ambiental
Seguros empresário individual	-

## INOVAÇÃO NA OFERTA

A Lusitania tem como compromisso permanente a diferenciação pela inovação, qualidade de serviço e acompanhamento dos clientes em todos os momentos que necessitem, assim, o ano de 2016 ficou marcado mais uma vez pela aposta no ramo Saúde, com o lançamento do produto Oftalmologia e a revisão do produto de estomatologia.

A oferta para Oftalmologia foi criada a pensar em quem necessita de manter cuidados médicos permanentes com a sua visão. Este novo produto dá acesso a uma vasta Rede Especializada com consultas e outros atos médicos convencionados, a preços bastantes competitivos, bem como, descontos numa extensa Rede de Óticas.

Nos produtos de estomatologia, e com vista a melhorar o nível de serviço prestado aos nossos clientes, a Lusitania passou a disponibilizar o acesso à Rede Dentinet da AdvanceCare. Para além desta alteração, foi criada uma nova cobertura - a Rede Bem-Estar - sem qualquer acréscimo no valor do prémio de seguro.

2016 fica também marcado pelo desenvolvimento de soluções de seguros dirigidos a nichos de mercado, nos quais se destacam o Seguro de Condomínio, com novas e inovadoras coberturas e serviços complementares, e produtos de responsabilidade Civil para Armazenamento e Abastecimento de Combustíveis, Empresas de Estiva, ou outros operadores de movimento de cargas nas zonas portuárias e para estabelecimentos industriais.

## OFERTA SUSTENTÁVEL

No âmbito da oferta sustentável da Lusitania, importa destacar o alargamento da linha integrada de Saúde. Em 2016 foi lançado um produto direcionado à saúde oftalmológica, e revista a oferta de estomatologia, com um novo prestador e acessos a novos serviços.

A Lusitania manteve no seu portfólio uma gama de produtos sustentáveis, entre os quais se destacam o seguro de voluntariado, uma oferta direcionada para o sector do mar e um produto que garante a responsabilidade ambiental.

### SOLUÇÃO

### DESCRIÇÃO E ATIVIDADE EM 2016

<b>Oftalmologia</b>	Produto direcionado à saúde oftalmológica que garante o acesso a uma rede alargada de prestadores de norte a sul do país, a preços convencionados, sem limites de idade nem períodos de carência.
<b>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 terceiros.
<b>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>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>Setores do mar</b>	Oferta direcionada para setores do mar, revelando uma vez mais a aposta do Montepio no apoio à economia do mar. Esta oferta inclui seguros de navios, seguros de transportes de mercadorias bem como seguros de embarcações de recreio, embarcações de atividade marítima-turística, terminais portuários, pescas e marinas de recreio.
<b>Responsabilidade ambiental</b>	Este seguro tem como garantias a responsabilidade administrativa do segurado pela prevenção e reparação de danos ambientais causados por contaminação.
<b>Microgeração</b>	A Lusitania disponibiliza nos seus produtos de multiriscos 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.

## FORTALECIMENTO DE ALIANÇAS E PARCERIAS

Prosseguindo a sua aposta numa política comercial de proximidade, a Lusitania reforçou, em 2016, a sua posição no mercado através do reforço das parcerias sustentáveis e duradoiras.

A sua política de incentivos junto da rede de mediação foi baseada em campanhas dirigidas, de acordo com a segmentação em vigor, recentrando a ação comercial nos produtos com maior rentabilidade.

De destacar o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido junto do canal bancário, fruto do qual se têm registado resultados muito positivos.

REDE DE  
MEDIADORES  
DE NORTE A SUL  
DO PAÍS

3 980  
MEDIADORES  
NO FINAL DE 2016

27  
BALCÕES

110  
LOJAS DE  
AGENTES DE  
REPRESENTAÇÃO

## RELAÇÃO COM O CLIENTE

Procurando melhorar o nível de serviço prestado e a qualidade de vida dos nossos clientes foram desenvolvidas diversas ações nesse sentido.

### CANAIS ELETRÓNICOS

O ano de 2016 foi também marcado pela inovação no serviço ao Cliente com o Lançamento da Aplicação Help.u – Toda a ajuda que precisa, na palma da sua mão. Esta aplicação dirigida aos clientes com seguro automóvel, veio facilitar todo o processo de abertura e acompanhamento de sinistro e permite aos cliente ter um acompanhamento 24h/dia. Como ferramenta de apoio ao negócio foi desenvolvido o conceito de *email marketing* para clientes (imagem, tom comunicacional e mensagem) declinado em seis soluções e produtos da Lusitania. O envio deste *email marketing* está suportado numa plataforma de envio, com capacidade analítica dos resultados, para uma melhor monitorização e aferição de utilização.

### SATISFAÇÃO DO CLIENTE

A Lusitania monitoriza periodicamente a satisfação dos seus clientes. Em 2016 conduziu um questionário de satisfação no segmento automóvel ao longo do ano. De uma forma geral, em média, continuaram a apresentar-se bastante satisfeitos com o serviço prestado, tendo sido obtido no inquérito um nível de satisfação de 4,2 numa escala crescente de 1 a 5. O Grau de Satisfação foi também avaliado por um outro inquérito elaborado aos clientes que recorrem ao Contact Center. Neste questionário, a satisfação Global com a Lusitania situa-se num valor médio de 8,5 numa escala crescente de 1 a 10.

### GESTÃO DAS RECLAMAÇÕES

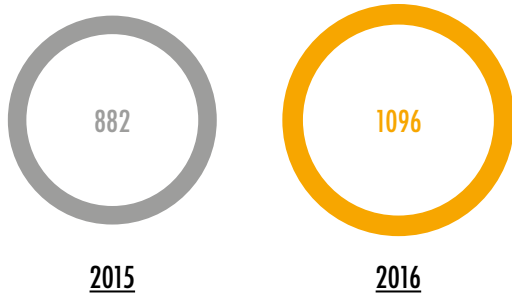
A Lusitania preocupa-se com a qualidade do serviço prestado. Neste sentido, tem vindo a assegurar o tratamento e a análise dos dados relativos à gestão de reclamações, procedendo assim à deteção e correção de problemas recorrentes ou sistémicos. Esta atuação, centrada no cliente, permite ainda desenvolver os mecanismos de mitigação dos 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 2016 geriu 1096 reclamações, provenientes dos diversos canais de receção.

Verificou-se uma preferência na apresentação das reclamações diretamente à Lusitania (55%), não obstante o aumento do recurso a entidades externas, em comparação com 2015, nomeadamente ao Provedor do Cliente da Lusitania, criado a partir de 1 de janeiro de 2016. Por outro lado, verificamos a diminuição do número de reclamações apresentadas junto dos Serviços da Provedoria do Cliente do Montepio (5% das reclamações).



## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE RECLAMAÇÕES



**1096**

RECLAMAÇÕES EM 2016  
(+24% FACE AO ANO ANTERIOR)

**16 DIAS**

TEMPO MÉDIO DE RESPOSTA ÀS RECLAMAÇÕES

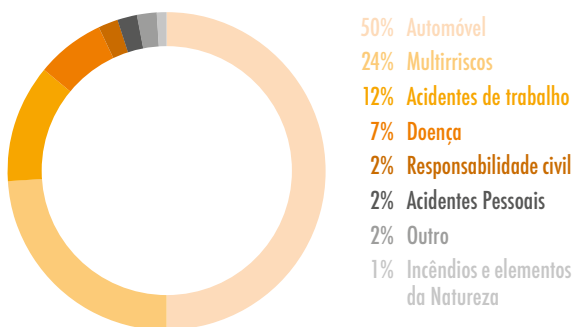
**97%**

TAXA DE ENCERRAMENTO

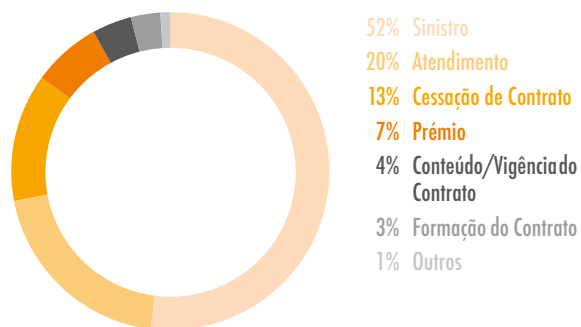
**52%**

DAS RECLAMAÇÕES RELACIONADAS COM SINISTROS

## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE RECLAMAÇÕES - 2016



## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE RECLAMAÇÕES - 2016



Em 2016, a maioria das reclamações foi sobre seguro automóvel (50%), seguido de multirriscos (24%). Em termos de tipologia, o sinistro foi o que originou um maior número de reclamações (52%), seguido do atendimento (20%).



# 09.



## Valorizar os colaboradores



# 4 086

COLABORADORES



# 46

NOVAS CONTRATAÇÕES



# 56 320

HORAS DE FORMAÇÃO





## VALORIZAR OS COLABORADORES

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI*	META	RESULTADO
<b>FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS</b>				
<b>Aprofundar a gestão de recursos humanos</b>	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	Grau satisfação colaboradores com Academia Montepio [%]	75	(1)
		Aumento do n.º horas de formação por colaboradores após lançamento da Academia [%]	50	(1)
		Colaboradores envolvidos em processos de identificação de potencial [%]	80	(2)
		Colaboradores que implementam o plano de desenvolvimento individual [%]	80	(2)
		N.º de oportunidades preenchidas internamente [%]	ND	22%
		Iniciativas de Bem-Estar [#]	2	2
		Grau de satisfação com as iniciativas de Bem-Estar [%]	ND	95%
		Colaboradores Voluntários [#]	ND	457
		Ações de Voluntariado Coletivo [#]	ND	40
		Promover uma cultura de mérito e de incentivo, potenciando os instrumentos de avaliação e conselho	Colaboradores abrangidos por sistema de conselho [%]	80
	Avaliadores com formação em gestão de desempenho [#]		ND	(2)
	Colaboradores que recebem feedback regular de desempenho [%]		80	(2)
	Fomentar uma demografia profissional equilibrada e sustentável	Rácio Millenial / Total de colaboradores [%]	ND	11,5
		Programa de Work Life Balance [-]	Lançamento do programa	50%
		Rácio nomeações mulheres sobre o total de nomeações [%]	ND	44,4%
	Potenciar o <i>Employee branding</i> do Montepio	Acolhimento para novos colaboradores e novas chefias e kit de admissão [-]	Conceção e lançamento	25%
		Satisfação com os processos de saída da organização [%]	80%	Não disponível

ND – Meta não definida

(1) – A Academia Montepio só foi lançada em julho de 2016, começando a funcionar a 100% apenas em setembro de 2016.

(2) - O Sistema de Avaliação de Desempenho e Aconselhamento apenas foi desenvolvido e implementado em 2017.

\* KPI = Key Performance Indicator

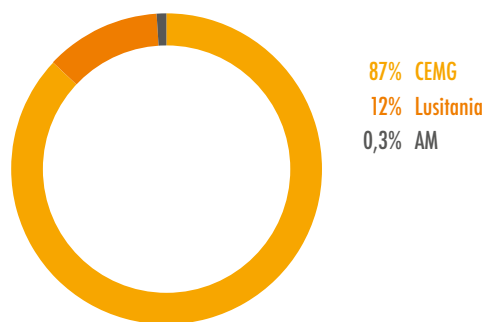
## CARACTERIZAÇÃO DA EQUIPA

Masculino	Serviços Centrais	Contrato permanente /prazo indeterminado
53%	41%	99,7%
Feminino	Serviços Comerciais	A tempo integral
47%	59%	99,8%

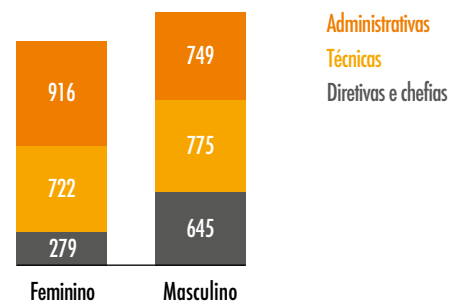
% de colaboradores

No final de 2016, a equipa do Grupo Montepio a que se refere o âmbito deste relatório era constituída por 4.086 colaboradores, distribuídos entre a CEMG (87%), a Lusitania (12%) e a AM (0,3%). É importante referir que alguns colaboradores da CEMG se encontram cedidos à AM.

#### COLABORADORES POR EMPRESA



#### COLABORADORES POR GÉNERO E GRUPO PROFISSIONAL



## PRINCIPAIS INICIATIVAS DESENVOLVIDAS

### RECRUTAMENTO

O Grupo Montepio aposta no recrutamento interno para dar resposta às necessidades organizacionais e, simultaneamente, através da mobilidade, criar oportunidades de valorização para os colaboradores. Não obstante, em 2016 foram realizadas contratações pontuais de pessoal. Estas contratações permitiram o aumento de 19 para 30% de mulheres em funções de direção na Caixa Económica Montepio Geral.

### NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE POR GÉNERO, REGIÃO E FAIXA ETÁRIA (Nº)

	GÉNERO		REGIÃO				FAIXA ETÁRIA		
	Fem.	Masc.	Norte	Centro	Sul	Ilhas	<30	30 a 50	>50
Novas contratações	25	21	1	39	6	0	9	34	3
Rotatividade	107	244	97	186	53	15	20	106	225

## DESENVOLVIMENTO DO CAPITAL HUMANO

Em 2016 o Grupo continuou a ser pautado por iniciativas consideradas estratégicas no domínio da Gestão de Recursos Humanos, das quais se destacam o desenvolvimento profissional dos seus colaboradores.

### SISTEMA DE GESTÃO DE DESEMPENHO

O Sistema de Aconselhamento e Gestão de Desempenho foi desenvolvido ao longo de 2016, para substituir o SGD. No decurso de 2017 será implementada na CEMG e proposta implementação no restante Grupo Montepio.

Em 2016, na Lusitania, 97% dos colaboradores foram sujeitos a avaliação do desempenho.

### FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS

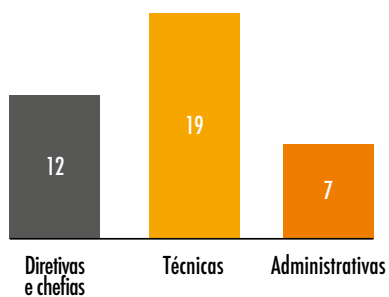
O Grupo Montepio, consciente de que os colaboradores são os principais ativos da instituição, tem vindo a desenvolver esforços que assegurem a sua formação e desenvolvimento. A maior evidência dessa postura foi o lançamento da Academia Montepio em Julho de 2016, um órgão crítico e pilar principal no crescimento e desenvolvimento profissional dos colaboradores. O modelo de governo da Academia Montepio prevê um órgão consultivo – Conselho Consultivo – um Comité Executivo, que gere a Academia, e o Comité de Formadores e Mentores. Em 2016, no ano zero da Academia Montepio, foram apresentadas soluções de formação e desenvolvimento presenciais e em formato digital em todas as escolas da academia – Escola de Gestão e Inovação, Escola de Liderança, Escola Funcional, Escola de Conformidade e Escola de Auto-desenvolvimento. São identificadas periodicamente as necessidades de formação dos colaboradores, e assegurada a avaliação da eficiência e eficácia das ações de formação e desenvolvimento, com vista a promover uma maior motivação e organização de equipa repercutindo-se em melhor desempenho pessoal e coletivo.

No ano de reporte, a CEMG registou um número total de horas de formação de 51.547, tendo sido realizadas 698 ações de formação. Na Lusitania, 453 colaboradores receberam formação em 2016, num total de 4.621 horas, tendo sido realizadas 81 ações de formação.

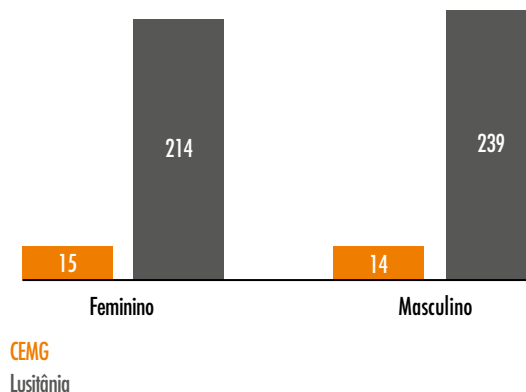
### INDICADORES DE FORMAÇÃO AM, CEMG E LUSITANIA

	2015	2016	AM	CEMG	LUSITANIA
<b>N.º AÇÕES DE FORMAÇÃO</b>	<b>1 091</b>	<b>779</b>		<b>698</b>	<b>81</b>
Presencial	1 048	516	A formação frequentada pelos colaboradores da AM, foi integrada na CEMG	440	76
<i>e-learning</i>	43	263		258	5
N.º horas de formação	86 171	56 320		51 699	4 621
N.º participantes	3 770	3 702		3 249	453
Horas por Colaborador/a	22	15		16	10
Colaboradores abrangidos por formação	98%	91%		91%	90%

NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE FORMAÇÃO  
POR GRUPO PROFISSIONAL



NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE FORMAÇÃO  
POR EMPRESA E POR GÉNERO



## PRINCIPAIS CURSOS REALIZADOS

- 4 Palavras importantes
- 5 Missões básicas dos líderes
- 5 Formas de reduzir o *stress*
- 7 Critérios para fazer elogios c/melhores resultados
- Acordo Basileia e Gestão Risco de Crédito
- As 2 principais decisões a tomar diariamente
- *Coaching e Feedback*
- Como atingir os objetivos
- Como ajudar a equipa a lidar com os desafios
- Como controlar a sua preocupação
- Como fazer do *stress* um amigo
- Conhecimento da Moeda Metálica de Euro e da Nota de Euro
- Crédito especializado
- Dinamização AM (Modalidades Mutualistas; Institucional e RedeMut; Técnicas de Venda)
- DMIF - Diretiva dos Mercados de Instrumentos
- DMIF e Mercados Financeiros
- Eficácia Pessoal
- *Factoring e Confirming*
- Fazer-se ouvir em reuniões
- Gestão de Risco Operacional
- Modelo 3 C - Cultura, Cliente e Comercial
- *MoneyGram Cash to account*
- Montepio i9
- O segredo para se tornar super produtivo
- *Pitch: cativar em minutos*
- Prevenção de Branqueamento Capitais e Financiamento de Terrorismo
- Prevenção de Fraudes
- Produtividade
- Programa Avançado de Gestão de Topo
- Programa de Preparação para a Certificação CIA
- *Quiz - Dinamização Comercial*
- Reuniões eficazes
- Seguros Lusitania (Ramo Real; Saúde e Condomínio)
- Seguros MLAP - PDEAMS (Ramos Vida e Não Vida)
- SIM (Gestão da Relação com Clientes; SIM action)
- SIRA - Sistema Integrado de Recuperação de Ativos
- *Skype for Business* (Gestão da Mudança; formação de keyusers; Broadcast meetings)

## 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. Em 2016, foram desenvolvidas as seguintes atividades no âmbito deste programa:

CURSOS	AÇÕES	PARTICIPAÇÕES	HORAS
SIM - Gestão da Relação com Clientes	8	46	86
Montepio i9	42	224	305
SIM - SIM <i>action</i>	107	671	1 327

## BENEFÍCIOS AOS COLABORADORES

O Grupo Montepio tem uma Política de Recursos Humanos que vai muito além do imposto na legislação, o que permite reforçar o Pilar Social junto dos colaboradores, nomeadamente: conciliação trabalho família (ocupação de tempos livres nas férias para os filhos dos colaboradores, incluindo a oferta de um acampamento de férias próprio), espírito de pertença alargado ao agregado familiar (Festa de Natal, Convívio Nacional), qualidade dos tempos livres, vários passeios, workshops e oferta de várias modalidades de desporto que promovem a saúde e o bem-estar. A maior parte das atividades descritas são desenvolvidas pelos Serviços Sociais, em parceria com a Direção de Recursos Humanos. Em 2016, 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;
- Comparticipação da aquisição de medicamentos;
- Ajuda à aquisição de material ortopédico;
- Apoio em consultas de Psicologia e Massagens Terapêuticas;
- Desenvolvimento de iniciativas de recolha de sangue, em parceria com a atmosfera m.
- Oferta de várias modalidades de desporto que promovem a saúde e o bem-estar: *Running*, Basquetebol, Futebol 11, Futsal, Ginástica (contempla atividades de Fitness e Pilates), Orientação e Pesca;
- 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;

“NO CONVÍVIO NACIONAL, EM TRÓIA, PARTICIPARAM MAIS DE **900 PARTICIPANTES**, NUM FIM-DE-SEMANA CHEIO DE ATIVIDADES, CONVÍVIO E AMIZADE” (RELATÓRIO E CONTAS DOS SERVIÇOS SOCIAIS)

## PRÁTICAS DE CONCILIAÇÃO TRABALHO/FAMÍLIA

---

- Programas sociais, recreativos e culturais extensíveis ao agregado familiar (Espetáculos; Concursos e Workshops de Fotografia; Aulas de viola; Passeios e viagens recreativas);
- Seminário apoio ao/à cuidador/a informal;
- Promoção de programas de exercício físico;
- Programa de férias para os filhos dos/as colaboradores/as – Colónias de férias; Acampamento Jovem, Viagens associadas aos mais novos;
- Programa Educacional “Inglês Jovem”;
- Acordos com estabelecimentos da área educativa.

“OS NOSSOS JOVENS TÊM ACOLHIDO FAVORAVELMENTE AS NOSSAS PROPOSTAS DE ATIVIDADES. **AUMENTAMOS** O NÚMERO DE PARTICIPAÇÕES NAS COLÓNIAS DE FÉRIAS DO PORTO E DO NOSSO ACAMPAMENTO JOVEM. AS VIAGENS COM JOVENS FORAM UM **SUCESSO**, BEM COMO AS COLÓNIAS DE FÉRIAS DE LISBOA. FIZEMOS UMA PARCERIA PARA AS COLÓNIAS DE FÉRIAS DA MADEIRA E COM A DIVERLANHOSO NO MINHO PARA AS ATIVIDADES DE VERÃO. APESAR DAS RESTRIÇÕES ORÇAMENTAIS **FIZEMOS UMA VIAGEM À LEGOLAND/LONDRES E A NOVA IORQUE (USA)**”.

(RELATÓRIO E CONTAS DOS SERVIÇOS SOCIAIS)

No decurso de 2016, a CEMG promoveu negociações com os sindicatos do sector de modo a passar a reger-se por um Acordo Coletivo de Trabalho, no qual prevê a integração de práticas de benefícios como os subsídios complementares infantil e de estudo, bem como a integração de novos benefícios como a dispensa no dia de aniversário.

## VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Em termos de responsabilidade social interna, merece destaque a continuidade dada ao programa de voluntariado corporativo, que contava, em Dezembro, com 1467 colaboradores e reformados inscritos na base de dados.

### VOLUNTARIADO COLETIVO

Em 2016, o Gabinete de Responsabilidade Social em articulação com a DRH e demais unidades orgânicas, promoveu 40 iniciativas de voluntariado corporativo. O desenvolvimento do programa de voluntariado corporativo pressupôs a celebração de 26 parcerias com entidades externas, de norte a sul do país e regiões autónomas, nos diversos domínios de atuação - social, ambiental, proteção animal e cultural.

No dia 13 de maio, realizou-se a 4ª edição do Dia do Voluntariado do Grupo Montepio, que abrangeu, em simultâneo, 33 ações em 24 locais diferentes, com cerca de 370 voluntários no terreno e juntando mais de três centenas de pessoas envolvidas nestas ações, nomeadamente, clientes das entidades beneficiadas e estudantes de Escolas Profissionais que estiveram lado a lado, colaborando e trabalhando em prol de uma sociedade mais justa e solidária.



**1 467**

colaboradores e reformados inscritos no programa de voluntariado corporativo

**457**

trabalhadores envolvidos em 2016

### **VOLUNTARIADO DE COMPETÊNCIAS**

A acrescer às experiências referidas, existem os Programas dos Novos Líderes para a Cidadania, “Como Mobilizar as Empresas para Projetos Sociais” e “Projetos de Inovação Comunitária”, todos em parceria com o GRACE, o Projeto Voluntariado de Leitura, em parceria com o CITI, Centro de Investigação para Tecnologias Interativas, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, da Universidade Nova de Lisboa, e os programas da Junior Achievement (38 em 2016).

No total, o número de voluntários envolvidos, em voluntariado coletivo, nas ações que decorreram ao longo do ano foi de 457 trabalhadores.

### **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.

### **ACIDENTES DE TRABALHO**

A monitorização dos acidentes de trabalho pelos técnicos da área da Saúde do Trabalho resultou no adequado apoio clínico, tendo ocorrido, em 2016, 38 acidentes de trabalho que resultaram em baixa na CEMG e 5 na Lusitania. A AM não registou acidentes.

ACIDENTES DE TRABALHO COM BAIXA, POR GÉNERO E REGIÃO (Nº)	CEMG	AM	LUSITANIA
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>0</b>	<b>5</b>
Género feminino	27	0	5
Género masculino	11	0	0
Norte	9	0	0
Centro	21	0	1
Sul	6	0	4
Ilhas	2	0	0

### **INICIATIVAS DE PROMOÇÃO DA SAÚDE**

Em 2016 foi levada a cabo uma Campanha de Vacinação e foi celebrado um Acordo com Prestadores de Serviços de Saúde Externos para encaminhamento de colaboradores.

# 10.



Investir em ações que beneficiam a comunidade



## 130

PROJETOS APOIADOS

## 1 267

MILHARES DE EUROS



## 11

PROJETOS DESENVOLVIDOS  
EM PARCERIA



## INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI*	META	RESULTADO		
<b>AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE</b>						
<b>Promover o crescimento do MGAM como uma das maiores mutualidades da Europa</b>	Investimento na divulgação e formação dos diversos stakeholders no domínio mutualista e na área da responsabilidade social	Artigos publicados sobre mutualismo	2	2	•	
		Artigos publicados sobre responsabilidade social	6	8	•	
		Participações sobre mutualismo em conferências	2	2	•	
		Participações sobre responsabilidade social em conferências	8	26	•	
		Iniciativas formativas na área da economia social	5	6	•	
		Audiência da Revista Montepio [%]	3	4	•	
		Referências ao mutualismo na imprensa [#]	50	32	•	
		Recordação espontânea da marca - Top of Mind [%]	3.7	1.9	•	
	Assunção das funções de principal financiador e mediador do setor social da economia	Valor total dos apoios e financiamentos concedidos [€]	1.000.000	1.000.000	•	
		Valor médio dos apoios e financiamentos concedidos [€]	10.000	10.000	•	
<b>Consolidar o MGAM como a maior organização da economia social em Portugal</b>	Reforço da intervenção da Fundação como promotora da capacitação da economia social e da avaliação de impacto	Projetos de capacitação [#]	4	5	•	
		Número de projetos com avaliação de impacto [#]	2	4	•	
		Projetos de promoção e avaliação do impacto [#]	3	10	•	
	Aumento do financiamento e investimento a novos projetos inovadores e sustentáveis e start ups da economia social	Orçamento da Fundação aplicado a projetos inovadores e sustentáveis [%]	20	13	•	
		Projetos inovadores e sustentáveis apoiados [#]	6	7	•	
<b>Afirmar a Caixa Económica como estrutura da banca ética</b>	Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira	Ações presenciais de Educação Financeira [#]	10	3	•	
		Visualizações do Portal EI [#]	120.000	235.8511	•	
	Política de acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida às instalações da CEMG	Balcões acessíveis [%]		Realização de diagnóstico para caracterização das acessibilidades nas instalações de balcões e serviços centrais	Diagnóstico em fase de implementação	•
		Edifícios de serviços centrais acessíveis [%]				
<b>FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS</b>						
<b>Aprofundar a gestão de recursos humanos</b>	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	Grau satisfação dos colaboradores com Academia Montepio [%]	75	-	-	
		Aumento do n.º horas de formação por colaboradores após lançamento da Academia [%]	50	-	-	
		Colaboradores envolvidos em processos de identificação de potencial [%]	80	-	-	
		Colaboradores que implementam o plano de desenvolvimento individual [%]	80	-	-	
		N.º de oportunidades preenchidas internamente [%]	ND	22	-	
		Iniciativas de Bem-Estar [#]	2	2	•	
		Grau de satisfação com as Iniciativas de Bem-Estar [%]	ND	95	-	
		Colaboradores Voluntários [#]	ND	376	-	
		Ações de Voluntariado [#]	ND	35	-	
<b>Reforçar a relação com os clientes</b>	Reforço dos conteúdos de sustentabilidade no site	Área com informação sobre sustentabilidade [-]	Criação de Área	Área não criada	•	

DESEMPENHO 2016

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI*	META	RESULTADO
<b>COOPERAÇÃO</b>				
<b>Reforçar as relações e a rentabilização de recursos internos</b>	Desenvolvimento de iniciativas e projetos de responsabilidade social com outras empresas do Grupo	Iniciativas e projetos de responsabilidade social com outras empresas do Grupo	4	4 •
<b>Desenvolver uma cartografia da solidariedade</b>	Identificação das boas práticas na economia social	Identificação das boas práticas na Economia Social	Efetuar levantamento	100% •
<b>Alargar a capilaridade e focalização da intervenção</b>	Revisão atualizada da intervenção com ganhos de eficiência a partir da rentabilização de recursos	Projetos apoiados em parceria com outros investidores sociais	5	7 •
<b>Fortalecer as redes de parceria internas e externas</b>	Adoção de uma perspetiva de Grupo em matérias de desenvolvimento sustentável	Ações desenvolvidas ao nível do Grupo Montepio (transversais) em matérias de desenvolvimento sustentável	ND	109 -
	Alargamento e consolidação das parcerias com entidades congêneres	Parcerias com entidades congêneres e integração em redes congêneres externas	ND	6 -
	Protocolos de colaboração e parcerias comerciais para promoção do tecido empresarial e da economia social	Protocolos e parcerias com associações empresariais	ND	2 -
		Protocolos e parcerias com estruturas representativas da Economia Social	ND	10 -
<b>PROMOÇÃO AMBIENTAL</b>				
<b>Criar produtos amigos do ambiente</b>	Linhas de financiamento para adaptação energética, habitação sustentável, atividades agrícolas amigas do ambiente	Produtos amigos do ambiente [#]	ND	1 -
		Montante de financiamento em produtos amigos do ambiente [€]	ND	32.810 -
		Operações contratadas [#]	ND	4 -
		Promoção de ações de formação na área ambiental [#]	3	3 -

ND – Meta não definida

\*KPI = Key Performance Indicator

## CONFERÊNCIA DOS 20 ANOS DA FUNDAÇÃO MONTEPIO

A Fundação Montepio completou, em 2015, 20 anos de Intervenção Social em Portugal e o aniversário foi assinalado com a realização, em 2016, da conferência “20 anos de Intervenção Social em Portugal”, que teve lugar no auditório do Edifício-Sede do MGAM, em Lisboa.

O evento reuniu parceiros e serviu o propósito de fazer um balanço do trabalho da Fundação, tendo sido transmitido “em direto” através do portal Ei Montepio.

A excelência dos oradores abriu novos horizontes e deixou pistas de reflexão que inspiraram o desenho do plano de ação para 2017, tal como vaticinou o Presidente, Dr. Tomás Correia, no discurso de encerramento:



“Foi um caminho muito emocionante, um caminho que percorremos de uma forma entusiasmada, mas sabemos que não era possível fazê-lo se não tivéssemos saído de nós próprios e assumindo-nos como um parceiro das diversas instituições no terreno. Por isso a Fundação Montepio continuará a trilhar o seu caminho, com sentido de responsabilidade mas, sobretudo, com muita humildade, com humildade de querer fazer mais e melhor, mais com menos, em conjunto com todos os outros. Deixar de pensar no futuro, é matar a esperança”.

Dando continuidade à sua atuação em anos anteriores, a Fundação estabeleceu um contacto permanente com a comunidade envolvente e procurou conhecer a diversidade do setor da Economia Social, identificando e promovendo boas práticas de intervenção social. Em 2016, a Fundação acompanhou as principais questões da atualidade, como o tema dos refugiados, das pessoas com demência, da pobreza e da governação integrada, mantendo parcerias fortes com outras entidades públicas e privadas.



## LINHAS DE ATUAÇÃO ESTRATÉGICA DA FUNDAÇÃO

Ao nível interno, a Fundação alinhou a sua atividade com as transformações internas do Grupo Montepio, procurando garantir a coesão em torno do tema da sustentabilidade e assegurando a participação ativa em organizações nacionais e internacionais. A estratégia da Fundação considera quatro linhas de orientação estratégica (LOE), em torno das quais os projetos e programas da Fundação se orientam.

**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.

**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;



**PROJETOS PRÓPRIOS DA FUNDAÇÃO**  
Prémio Escolar Montepio;  
Prémio Voluntariado Jovem;  
Frota Solidária.

**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.

**OBJETIVOS GERAIS**  
Divulgar e consolidar a política de responsabilidade social externa 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).

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

Em 2016 a Fundação recebeu cerca de 967 solicitações, tendo sido registados, como pedidos potencialmente enquadrados nos fins da Fundação, cerca de 231 pedidos e sendo 513 as candidaturas à Frota Solidária.

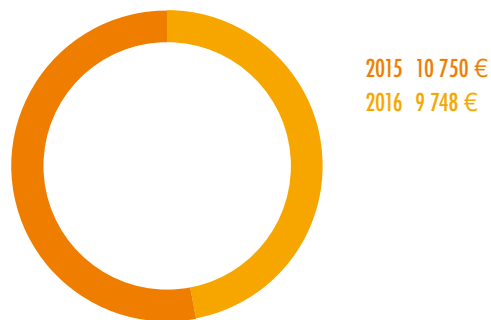
Após criteriosa análise dos pedidos, foram deferidos 130 projetos, nos quais se inclui os beneficiários da Frota, vencedores do Prémio Voluntariado Jovem e Prémio Escolar, a que correspondeu um financiamento total no montante de 1.267.241 euros.

Comparativamente com o ano de 2015, registou-se uma diminuição do valor total dos apoios concedidos e do número de projetos apoiados em 2016. Quanto ao valor médio por projeto apoiado registou também uma ligeira redução para 9.748 euros face aos 10.750 euros de 2015.

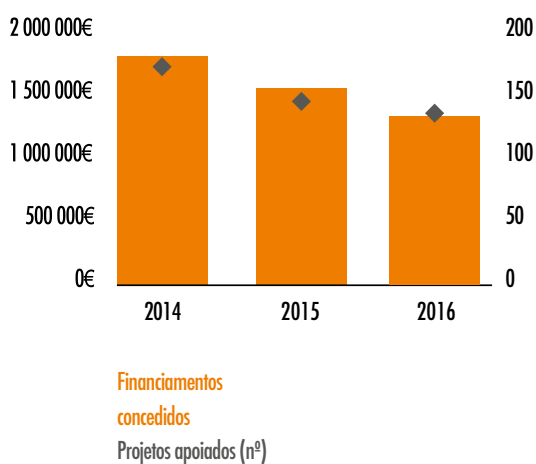
É importante referir que essa diminuição resultou da aplicação de critérios de avaliação dos resultados e da existência de parcerias, fatores que valorizam a ação normal das entidades de economia social. É visível a preocupação da Fundação em garantir a presença nos mais diversos pontos do país.

Das instituições apoiadas pela Fundação Montepio em 2016, num total de 130, verifica-se que apenas um distrito (Portalegre) não foi abrangido pela Fundação, circunstância que pretendemos avaliar e corrigir durante o próximo ano. O gráfico seguinte é exemplificativo desta preocupação, sendo certo que Lisboa ainda concentra maior número de projetos e iniciativas apoiadas, não apenas por causa do número de instituições mais atentas e ativas mas, também em virtude da maioria das entidades de cúpula aqui se situarem.

### VALOR MÉDIO DOS APOIOS CONCEDIDOS



### PROJETOS E APOIOS CONCEDIDOS



### DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DOS APOIOS CONCEDIDOS EM 2015

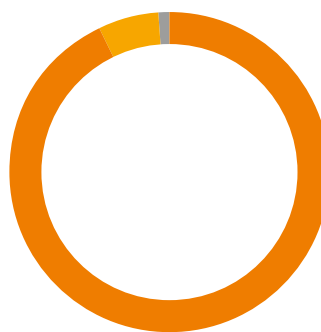


## PROJETOS PRÓPRIOS DA FUNDAÇÃO MONTEPIO

A Fundação afetou um montante global de 507.490 euros em projetos próprios (Frota Solidária, Prémio Voluntariado Jovem e Prémio Escolar Montepio), valor ligeiramente inferior ao registado em 2015 (516.648 euros).

À semelhança dos anos anteriores o projeto Frota Solidária continuou a ser aquele que aloca maior valor, no total de recursos afetos ao conjunto dos projetos próprios (cerca de 92%) e reveste maior notoriedade e impacto junto das IPSS.

## VALOR AFETO A PROJETOS PRÓPRIOS DA FUNDAÇÃO



92%  
Frota solidária  
467.489,92 EUROS

6%  
Prémio Escolar Montepio  
30.000,00 EUROS

2%  
Prémio Voluntariado Jovem  
10.000 EUROS

## PROJETO FROTA SOLIDÁRIA

Em 2016 foi dada continuidade a este projeto, criado com o objetivo de apoiar a mobilidade dos utentes das organizações de economia social e devolver à sociedade os montantes que os contribuintes atribuem à Fundação Montepio, através da consignação fiscal.

Na 9ª Edição da Frota Solidária foram entregues 18 viaturas a entidades representativas das diversas valências da economia social e com forte difusão geográfica, em cerimónia realizada em Cascais.



## PRÉMIO VOLUNTARIADO JOVEM

Em 2016 foi dada continuidade ao modelo de *Workshop* de um dia, tendo sido escolhido como tema de trabalho a inclusão e a diversidade. As equipas, constituídas por jovens, apresentaram as suas ideias perante um júri de especialistas nos temas do voluntariado e da diversidade, representando o Alto Comissariado para as Migrações, a Confederação Portuguesa do Voluntariado, a Junior Achievement Portugal e o GRACE.

O Prémio foi entregue à LEQUE – Associação de Pais e Amigos de Pessoas com Necessidades Especiais, que apresentou um projeto para criação de uma horta pedagógica e terapêutica. Pela qualidade e inovação dos projetos, o júri decidiu atribuir, a título excepcional, quatro menções honrosas e prémios monetários a cada uma das restantes organizações finalistas.



### PRÊMIO ESCOLAR MONTEPIO

Na oitava edição deste prêmio, a Fundação Montepio entendeu introduzir um novo paradigma de atribuição do Prêmio Escolar Montepio, materializado nas seguintes variáveis:

- Atribuição de cinco prêmios a cinco estabelecimentos de ensino selecionados, no valor unitário de 6.000€;
- Os prêmios concedidos destinam-se, em exclusivo, às finalidades de aquisição de equipamento, realização de visitas de estudo e formação de docentes.



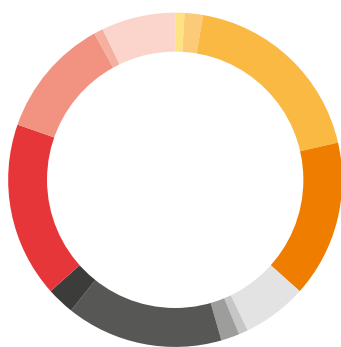
#### ESCOLAS BENEFICIADAS COM O PRÊMIO ESCOLAR MONTEPIO EM 2016

Agrupamento de Escolas do Montijo - Escola D. Pedro Varela	Setúbal
Agrupamento Escolas Abade Baçal - Escola Básica Izeda	Bragança
Escola Básica 1,2,3, Pré-Escolar Curral de Freiras	Madeira
Escola Básica Integrada dos Biscoitos	Açores
Escola Básica Integrada Mouzinho da Silveira	Açores

Além dos projetos próprios, a Fundação Montepio manteve a sua tradição de apoio técnico e financeiro a projetos provenientes de entidades de economia social, que considerou inovadores e relevantes para as organizações, beneficiários e comunidades onde se inserem.

Com efeito, a Fundação procurou manter e iniciar laços com entidades que representam os diversos subsectores da economia social, reconhecendo a riqueza dessa heterogeneidade de naturezas jurídicas, modelos de governo e modos de atuar.

### NÚMERO DE PROJETOS POR ÁREA DE INTERVENÇÃO



- 1 Ambiente
- 2 Cidadania
- 21 Comunidade
- 17 Deficiência
- 7 Educação / Formação
- 1 Empreendedorismo
- 2 Empregabilidade
- 17 Envelhecimento
- 3 Inclusão Social
- 19 Infância e Juventude
- 13 Saúde
- 1 Comunidade
- 8 Capacitação

## PROJETOS DESENVOLVIDOS EM PARCERIA

A seleção e acompanhamento dos projetos inclui mais de 300 reuniões/visitas ao longo de todo o ano, sendo que o acompanhamento simultâneo da multiplicidade de ações realizadas e dos seus promotores permitiu à Fundação um bom conhecimento da realidade que vivemos, das dificuldades que atravessamos e das necessidades mais prementes que afetam as organizações da sociedade civil.

Este conhecimento e a análise crítica destes dados e da atuação da Fundação justificou, também, a proposta de mudança de paradigma a partir de 2017, por forma a evitar a dispersão e promover a intervenção nos domínios que mais se relacionam com os estatutos da Fundação.

As áreas da deficiência, envelhecimento, comunidade e infância e juventude, destacam-se das demais, correspondendo ao maior número de projetos que mereceram o apoio da Fundação Montepio, salientando-se as seguintes:

### ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Capacitação*

#### PROGRAMA IMPACTO SOCIAL



O **Programa Impacto Social** – um ecossistema para a gestão do impacto – é promovido pela Fundação Montepio, pela Cooperativa Antonio Sérgio para a Economia Social (CASES) e pela 4Change, com o objetivo de medir e demonstrar o impacto social das intervenções das organizações da economia social, com recurso à metodologia SROI – *Social Return on Investment*.

Em 2016, realizou-se a terceira edição deste Programa, que percorreu duas etapas-chave: (i) período de seleção de 10 organizações, através de *webinars*, nos quais participaram mais de 45 organizações (ISweb); (ii) análises-protótipo dos projetos das 10 organizações melhor pontuadas nos *webinars* (ISprototipagem). Estas análises foram partilhadas numa conferência internacional sobre o tema, que reuniu cerca de 150 participantes, entre os quais potenciais parceiros e investidores.

Em parceria com a Turnaround, entidade associada do GRACE e com experiência na formação em gestão, foi possível iniciar o Programa Criar Valor-ES, visando a capacitação de dirigentes e equipas de direção nas questões da sustentabilidade e criação de valor.

Foram abrangidas 8 IPSS, indicadas pelas UDIPSS de Braga e de Viana do Castelo, que definiram, em conjunto, planos de melhoria da gestão que serão implementados, na segunda fase do projeto.

A Fundação colaborou ainda no desenvolvimento do projeto Comunicatorium, apesar do mesmo ser assumido financeiramente pela Associação Mutualista.

Foi celebrado um protocolo no dia 11 de abril, na atmosfera m, que assinalou a inauguração dos trabalhos com as quatro entidades que integram o projeto Plataforma Comunicatorium, um formato inovador que permite promover a partilha de conhecimento e cooperação entre as entidades da Economia Social. Nesta primeira sessão, Maria Conceição Cordeiro e Hélder Neto, da Cais; Mafalda Teixeira Bastos, da Vida Norte; Margarida Vieira Martins, da Fundação McDonald's; e Juvenal Baltazar, da AFID, representantes das associações, explicaram as atuais necessidades das associações e as pretensões do projeto.

Desenvolvida em parceria com a Universidade de Aveiro, a plataforma Comunicatorium é uma ferramenta digital de gestão da comunicação que pretende dar uma resposta inovadora às necessidades das organizações, ajudando-as na estruturação da estratégia de comunicação e na criação do plano de comunicação integrado, adaptado aos objetivos do negócio e à cultura organizativa.

### APQ (ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE)

Assinado em 2015, o protocolo pretende disponibilizar o financiamento anual de um processo de certificação da qualidade de uma organização da economia social, segundo o referencial EQUASS nível Assurance, com duração de 18 meses:

- Avaliação do sistema de qualidade de acordo com 50 critérios
- Estes critérios são baseados em 10 princípios de qualidade – liderança, recursos humanos, direitos, ética, parcerias, participação, orientação para o cliente, abrangência, orientação para os resultados e melhoria contínua

Na primeira edição, iniciada em 22 de setembro de 2015, foi beneficiada a Associação Portuguesa de Asperger e, na segunda edição, iniciada em 15 de dezembro de 2016, a entidade certificada foi a Comunidade Vida e Paz.



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE

---

### FORUM GOVINT

A Associação Mutualista participou ativamente no desenvolvimento dos trabalhos do Forum Govint, integrando o seu Conselho Consultivo. Os grupos de trabalho criados sobre problemas sociais complexos apresentaram as suas propostas de ação na conferência internacional que teve lugar em janeiro de 2017.



Forum para a Governação Integrada

---

### PROJETO CALL TO ACTION

A Parceria Call to Action tem como objetivo promover a capacitação das IPSS no domínio da Dinamização Associativa. Na primeira edição deste projeto a Associação Protetora dos Diabéticos de Portugal implementou melhorias no funcionamento da Associação no que se refere ao seu relacionamento com os associados e teve como resultado a reativação de mais de 70% da sua

massa associativa. Na segunda edição, em 2016, foi selecionada a Associação CAIS, instituição que cumpre os melhores critérios de percentagem de associados ativos dentro dos parâmetros exigidos, potencial de recuperação e capacidade interna de implementação do projeto.

## PROTOCOLOS EXISTENTES COM UNIVERSIDADES

### PROTOCOLO COM A UNIVERSIDADE DE AVEIRO

Prémio Fundação Montepio - Prosseguindo a sua estratégia de valorização do envelhecimento ativo, no passado dia 15 de dezembro realizou-se a entrega do Prémio Fundação Montepio ao Estudante Sénior da Universidade de Aveiro.

Para este efeito, é considerado Estudante Sénior o estudante mais velho matriculado num curso conducente a grau da Universidade de Aveiro, desde que com idade igual ou superior a 65 anos.

O premiado do ano de 2016 frequenta o Programa Doutoral em Estudos Culturais e a cerimónia de entrega do diploma ocorreu no âmbito das celebrações do 42.º aniversário da Universidade de Aveiro.

Sabia que...

A Universidade de Aveiro é uma fundação pública com regime de direito privado que, através da ESSUA (Escola Superior de Saúde da Universidade de Aveiro) e da SACS (Secção Autónoma de Ciências da Saúde), desenvolve formação inicial e pós-graduada, investigação e cooperação com a sociedade em termos de Gerontologia.

### OUTROS PROTOCOLOS COM UNIVERSIDADES

UNIVERSIDADES	FACULDADE	OBJETO	FINANCIAMENTO	BENEFICIÁRIOS
<b>ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa</b>	ISCTE - Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa	Mestrado em Economia Solidária	9 000 €	3
<b>UNIV. COIMBRA</b>	FEUC - Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra	Pós-graduação em Economia Social - Cooperativismo, Mutualismo e Solidariedade	10 000 €	3
<b>ISCSP - Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa</b>		Pós-graduação em Economia Social	10 500 €	5
<b>UNIV. CATÓLICA DO PORTO</b>		Pós-graduação em Gestão das Organizações da Economia Social e Mestrado em Economia Social	11 500 €	3

ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Comunidade*

**PROJETO CUIDAR MELHOR**



Parceria entre a Fundação Montepio, a Fundação Calouste Gulbenkian, a Associação Alzheimer Portugal e o Instituto de Ciências da Saúde da Universidade Católica Portuguesa, aos quais se associaram as empresas Sonae Sierra, a Lusitania - Companhia de Seguros e os municípios de Cascais, Oeiras e Sintra.

Um dos objetivos do projeto consiste na criação de gabinetes técnicos pluridisciplinares. Atualmente estão a funcionar três gabinetes, um em cada um dos referidos concelhos, e, durante 2016, os três gabinetes em funcionamento realizaram 478 atendimentos a cuidadores familiares e 449 serviços clínicos.

ESTE PROJETO CONTOU COM O **APOIO DA FUNDAÇÃO** PARA O CÁLCULO DO SEU IMPACTO

O projeto visa também desenvolver o conceito Memory Café, o qual consiste num local de encontro para pessoas com problemas de memória ou demência e seus familiares, para partilha de experiências e suporte mútuo.

Em 2016, foram criados 3 novos Cafés Memória – Madeira, Almada e Barcelos - e renovadas as parcerias relativas aos 3 Cafés Memória de Lisboa, bem como de Cascais, Viana do Castelo, Porto, Oeiras, Viseu, Braga e Guimarães (no total de 13).

O Cuidar Melhor pretende ainda sensibilizar a comunidade para o tema das Demências, tendo realizado 34 ações de sensibilização com 1.475 participantes em 2016, bem como formar cuidadores familiares e profissionais nesta área específica de intervenção, tendo-se realizado 20 ações de formação.

**PROJETO PAR – PLATAFORMA DE APOIO AOS REFUGIADOS**

O ano de 2016 foi marcado pela crise dos refugiados, tendo nascido em Portugal um movimento inédito em toda a Europa por iniciativa do Instituto Padre António Vieira, entidade com a qual a Fundação e a Associação Mutualista têm estreitas relações de cooperação.

A Fundação Montepio integrou, desde a primeira hora, o grupo de entidades que se associaram na plataforma PAR, com o objetivo de criar condições para acolher famílias de refugiados (PAR Famílias) e apoiar os refugiados nos campos no Líbano e na Grécia (PAR Linha da Frente).

Para além da colaboração e participação ativa nos trabalhos da PAR, a Fundação, por via do GRACE, integrou a comissão executiva e apoiou um dos grupos de voluntários, no seu trabalho de apoio aqueles que fogem do contexto da violência e da guerra.



PLATAFORMA DE APOIO AOS  
**REFUGIADOS**



ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Deficiência*

**CRIDEM – CONCURSO DE ARTES PLÁSTICAS PRODUZIDAS POR PESSOAS COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL**

Esta iniciativa, interrompida desde 2006, retomou, por via da APPACDM do Porto e com o apoio da Fundação Montepio e da Fundação Manuel António da Mota, o seu papel mobilizador e promotor do reconhecimento público da produção artística de pessoas com deficiência intelectual. A inclusão pela arte permite o reconhecimento público da individualidade, criatividade e é sinal inequívoco de uma plena integração social como forma de expressão dos cidadãos com deficiência.

Nesta edição, coordenada artisticamente pela empresa “Letras Encantadas”, foram recebidas 203 obras individuais e coletivas, provenientes de entidades sedeadas



em todos os pontos do país e que permitiram realizar três exposições na Fundação Manuel António da Mota e nos espaços atmosfera m de Lisboa e do Porto.

**PROTOCOLO COM A MOBILIDADE POSITIVA E COM A FUNDAÇÃO MANUEL ANTÓNIO DA MOTA**



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

Em 2016, a Fundação decidiu manter o Protocolo, de forma a apoiar a aquisição de produtos de apoio e adaptação de habitações de pessoas com deficiência e em situação de vulnerabilidade económica, tendo alocado 50.000 € à plataforma e apoiado seis situações provenientes de instituições de solidariedade social.

CASOS	PROJETO
<b>Caso 1</b>	Recuperação de telhado e adequação de habitação
<b>Caso 2</b>	Aquisição e adaptação de uma Scooter Elétrica
<b>Caso 3</b>	Cadeira de desporto adaptada
<b>Caso 4</b>	Adequação de habitação
<b>Caso 5</b>	Adequação de habitação e mobiliário
<b>Caso 6</b>	Fornecimento de elevador, arranjos exteriores e acessibilidade

**ÁREA DE INTERVENÇÃO:** *Envelhecimento***PROJETO DA ASSOCIAÇÃO MAIS PROXIMIDADE MELHOR VIDA****ENTIDADE VENCEDORA** DE UM DOS GALARDÕES ENTREGUES PELA APEE E PELA FUNDAÇÃO MONTEPIO **NA ÁREA DO VOLUNTARIADO**

O objetivo do projeto é atenuar a solidão e o isolamento da população idosa residente na Baixa de Lisboa e Mouraria e, de um modo geral, contribuir para a valorização da pessoa idosa, numa sociedade mais fraterna e inclusiva.

Apoia atualmente 130 pessoas idosas, dedicando-se igualmente ao desenvolvimento de projetos culturais, ações e campanhas de sensibilização para questões como a dos Direitos da Pessoa Idosa.

Procura partilhar boas práticas junto de outras instituições e profissionais no terreno. Em 2016, decorram 4 ações de formação para voluntários da Associação.

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

A Fundação deu continuidade ao apoio à Academia Ubuntu levada a cabo pelo IPAV – Instituto Padre António Vieira. Mais um projeto realizado em parceria com a Fundação Gulbenkian, LIPOR e Fundação Porticus que trabalha as competências pessoais e a liderança positiva de jovens residentes em territórios vulneráveis, a partir do exemplo de grandes líderes mundiais como Nelson Mandela.

Na 3ª edição deste programa foram capacitados cerca de 50 jovens para que possam ser “agentes de transformação no seio das suas comunidades, ajudando-os a desenvolver e consolidar competências de liderança e de serviço à comunidade”.

ÁREA DE INTERVENÇÃO: *Empregabilidade*

**PROJETO DA ASSOCIAÇÃO MAIS PROXIMIDADE MELHOR VIDA**



O objetivo do GEPE passa por apoiar desempregados, em particular os que sofrem um maior impacto psicológico do desemprego, quer pela sua duração, pela situação inesperada ou pela vulnerabilidade em que se encontram.

Em 2016 estiveram ativos 66 grupos, repartidos por diversos concelhos nacionais localizados de norte a sul do país. Estes grupos foram acolhidos por 51 instituições anfitriãs e dinamizados por 135 animadores voluntários que, semanalmente, acompanharam os 659 participantes.

ESTE PROJETO CONTOU COM O APOIO DA  
FUNDAÇÃO PARA O CÁLCULO DO SEU IMPACTO

Em Novembro de 2016, o projeto GEPE foi um dos 10 projetos distinguidos pelo Prémio Portugal Solidário, promovido pela Fundação Manuel António da Mota, obtendo uma menção honrosa.

**"ESTADO PURO" DA CRUZ VERMELHA PORTUGUESA**



Este projeto tem como objetivo a inclusão da pessoa reclusa, capacitando-a (ao nível pessoal, social e profissional), promovendo a criação de uma marca de prestígio "Estado Puro" que visa a comercialização dos produtos

desenvolvidos nos Estabelecimentos Prisionais (EP), e fazendo o acompanhamento do ex-recluso em meio livre, de forma a permitir a consolidação da sua inserção de forma estruturada e sustentada.

Trata-se de um projeto, iniciado em 2013, que contou com o apoio da Fundação nas duas fases iniciais do projeto (implementação e disseminação).

O apoio concedido em 2016 destina-se à fase de sustentabilidade do projeto que permitirá o desenvolvimento da marca "Estado Puro" e do modelo de acompanhamento dos ex-reclusos em meio livre na prevenção à reincidência.

**ÁREA DE INTERVENÇÃO:** *Infância e Juventude***PROJETO "MISSÃO CRIANÇA SEGURA"**

A Fundação deu apoio à APCD – Associação Portuguesa de Crianças Desaparecidas, cuja área de intervenção é única em Portugal e não beneficia de nenhum apoio público, pelo que o suporte da Fundação Montepio foi essencial para esta área de intervenção focada na prevenção e na sensibilização dos pais e das próprias forças de segurança.

**ASSOCIAÇÃO ACOLHER E CUIDAR PARA A CIDADANIA – COMUNIDADE PAULO VALADA**

A Fundação financiou e procurou ajudar a encontrar uma solução que permitisse a continuidade da Associação. Sedeada no Porto e com a missão de acolher adolescentes e os seus filhos, esta entidade nasceu de uma iniciativa da Fundação da Juventude que após a sua extinção não conseguiu assegurar nem apoio financeiro, nem a manutenção das instalações, recentemente vendidas para construção de um hotel.

A qualidade da equipa técnica e a mais-valia do projeto não foram suficientes para que as entidades públicas preservassem a organização e mantivessem os postos de trabalho, o que determinou a decisão de extinguir a Associação.

O apoio concedido não foi, todavia, infrutífero porque permitiu manter as jovens durante um ano, até que fosse possível encontrar uma solução de recurso.

**FUNDAÇÃO NOSSA SENHORA DO BOM SUCESSO**

Durante o ano de 2016, foi possível manter a parceria com a Fundação Nossa Senhora do Bom Sucesso, que também reforçou a ligação global com o Grupo Montepio, através da Caixa Económica.

O projeto abrange crianças residentes nos concelhos de Lisboa, Oeiras e Cascais e nasceu do reconhecimento que as crianças são o grupo populacional com a mais elevada carência e que o Serviço Nacional de Saúde não responde completamente às necessidades de saúde das crianças em tempo útil, quer pela ausência de pediatras e outros médicos especialistas ao nível dos cuidados de saúde primários, quer pelos longos tempos de espera nos hospitais para os quais são encaminhadas para consultas de especialidade.

**ESTE PROJETO CONTOU COM O APOIO DA FUNDAÇÃO PARA O CÁLCULO DO SEU IMPACTO**

Neste ano, e em articulação com a CrescerSer – Associação Portuguesa para o Direito dos Menores e da Família (Casa da Ameixoeira) e Fundação Gil (Casa do Gil); Fundação O Século (Casa do Mar) foi possível beneficiar diretamente 25 crianças/jovens e indiretamente 40 profissionais das casas de acolhimento e 7 famílias.

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

### PLATAFORMA GEOFUNDOS

A plataforma GEOfundos, lançada em maio de 2016, é um projeto pioneiro em Portugal que resultou de uma parceria estratégica composta por nove entidades - Associação Mutualista Montepio, Call to Action, CASES, Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação EDP, Fundação PT, IES – Social Business School, Stone Soup Consulting e TESE, Associação para o desenvolvimento.

Em Portugal, a GEOfundos é a única solução que agrega todas as oportunidades de financiamento em vigor nacionais ou internacionais.

A GEOfundos pretende cobrir necessidades de financiamento existentes na economia social, que se têm vindo a agravar com a diminuição das verbas transferidas do setor público para a economia social.

Além de reunir todas as oportunidades de financiamento para a economia social em Portugal, oferece ainda serviços e oportunidades de capacitação para que estas se tornem mais aptas para aceder ao financiamento mais adequado, com eficácia e sucesso.

Apesar do lançamento ter ocorrido em maio, para não defraudar as expectativas já criadas junto de grande parte das Entidades da Economia Social, a Plataforma



continuou a ser desenvolvida, nomeadamente no que se refere a algumas funcionalidades com grande impacto, de que é exemplo a disponibilização aos subscritores de alertas sempre que aparecem oportunidades que, de acordo com perfil apresentado, lhe poderão ser dirigidas.

Apesar de, no final do ano, já existirem 65 utilizadores e 11 especialistas registados e a plataforma ter identificado 326 oportunidades disponibilizadas por 132 financiadores diferentes, 2017 é considerado o ano de pleno arranque, no decurso do qual serão realizadas as maiores campanhas de divulgação.

Prova da mais-valia do projeto é o interesse que o mesmo tem vindo a suscitar a congéneres internacionais tendo já entrado mais um parceiro financeiro neste empreendimento.

## CAIXA ECONÓMICA MONTEPIO GERAL

### CARTÃO + VIDA

O valor atribuído às instituições beneficiárias do Cartão + Vida resultou da dotação orçamental efetuada pela CEMG, por via do valor apurado dos pontos *batch* do Cartão + Vida.

Trata-se de um projeto desenvolvido em parceria com a CEMG, cuja efetivação conta com o envolvimento da Fundação na gestão da verba e na seleção das entidades beneficiárias.

É o único cartão da CEMG com dimensão de responsabilidade social e permite o envolvimento efetivo

dos clientes da Caixa Económica no apoio dado a entidades de âmbito nacional, que atuam na área social ou saúde.

Em 2016 foram 4 entidades nacionais que beneficiaram deste apoio:

- Operação Nariz Vermelho
- SPEM - Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla
- APDP (Associação Protetora dos Diabéticos de Portugal)
- Mundo a Sorrir – Médicos Dentistas Solidários Portugueses.

Neste ano o valor das contribuições situaram-se em cerca de 25.000€.

## LUSITÂNIA

Em 2016 a Lusitania continuou a apoiar diversas atividades culturais e desportivas. O apoio dado não foi apenas através da oferta de seguros, mas também através de donativos.

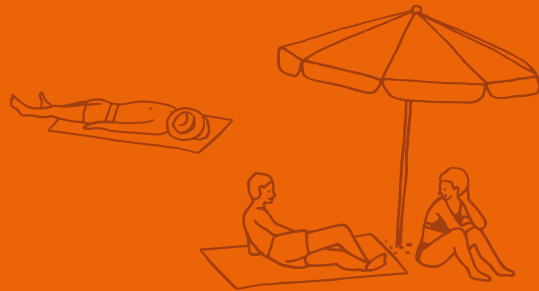
Destacam-se, em 2016, os seguintes apoios:

Instituições beneficiadas	Oferta de Seguros	Donativo em dinheiro
Frota solidária	✓	
Acreditar	✓	✓
Aporvela	✓	
Cuidar melhor	✓	✓
Fundação Gil	✓	
Associação Mais Proximidade Mais Vida	✓	
Associação Nuvem Vitória	✓	
Apoio à Vida	✓	
Fundação AFID	✓	
Residência das Irmazinhas dos Pobres		✓
União Humanitária de Doentes com Cancro		✓
ANIP		✓
Caritas Diocesana de Vila Real		✓
Associação Estamos Juntos		✓
ADDHU		✓
Ações Unidas		✓
Novo Dia – Associação para a Inclusão Social		✓
Associação Nacional do Combate à Pobreza		✓
Santa Casa da Misericórdia da Maia		✓
Novo Dia		✓

# 11.



## Promover o ambiente



# 21 181 854

Kwh

CONSUMO DE ELETRICIDADE

# 6 547

ton CO2

EMISSÕES DE ÂMBITO 2

# 295

ton

CONSUMO DE

PAPEL







## PROMOVER O AMBIENTE

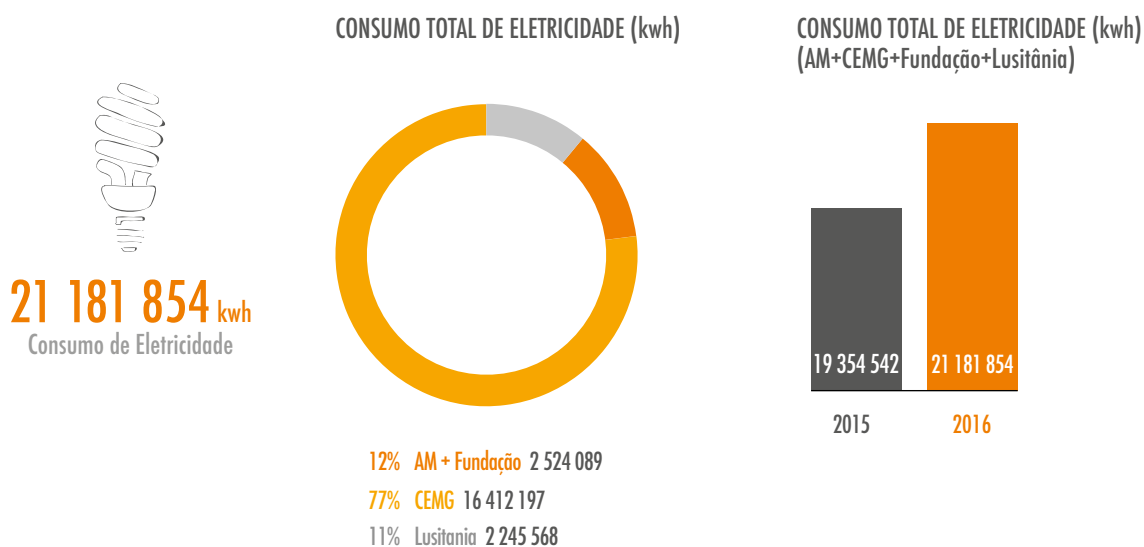
DESEMPENHO 2016

OBJETIVOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI*	META	RESULTADO
<b>PROMOÇÃO AMBIENTAL</b>				
<b>Reduzir a pegada ecológica</b>	Medição da pegada ecológica	Consumo de água (m3)	ND	ND
		Consumo de eletricidade (kwh)	ND	18 936 286
		Redução do consumo de combustíveis (%)	10	10
		Consumo de papel (kg)	ND	238 000
		Redução do Consumo de papel - serviços centrais (%)	40	23
		Redução do Consumo de papel - rede comercial (%)	14	
		Emissões de CO2 – directas (kg)	ND	2 230 000
		Emissões de CO2 - indirectas (kg)	ND	5 851 000
		Emissões de CO2 em eventos	ND	ND
	Desmaterialização de comunicação	Ações para redução do consumo de papel	ND	2
		Clientes com documentação digital	ND	303 000
		Produtos indutores da adesão ao serviço de documentação digital	ND	3
	Implementação de medidas de contenção (alteração da frota, utilização do skype e redução de deslocações, redução da fatura energética)	Ações para redução do consumo de eletricidade, combustíveis e deslocações [#]	ND	0
	<b>Promover boas práticas ambientais no Grupo Montepio</b>	Lançamento de campanhas internas de sensibilização para a redução do consumo de luz, água, papel	Campanhas internas para sensibilização ambiental [#]	ND
Poupanças alcançadas por campanha - consumo de papel, electricidade [#]			ND	-
Prática generalizada de processo de reciclagem de plástico, papel e tonners		Locais de trabalho com recolha seletiva de resíduos [%]	Diagnóstico de identificação da recolha efetuada nos balcões	100%
		Plástico recolhido para reciclagem [kg]	ND	0%
		Papel recolhido para reciclagem [kg]	ND	100%
		Tonners recolhidos para reciclagem [kg]	Diagnóstico das recolhas efetuadas na AM	100%
		Pontos de recolha de cápsulas de café [#]	balcões e 1 edifício de serviços centrais	0%
Oferta de produtos indutores de boas práticas ambientais		Produtos indutores boas práticas ambientais [#]	ND	2

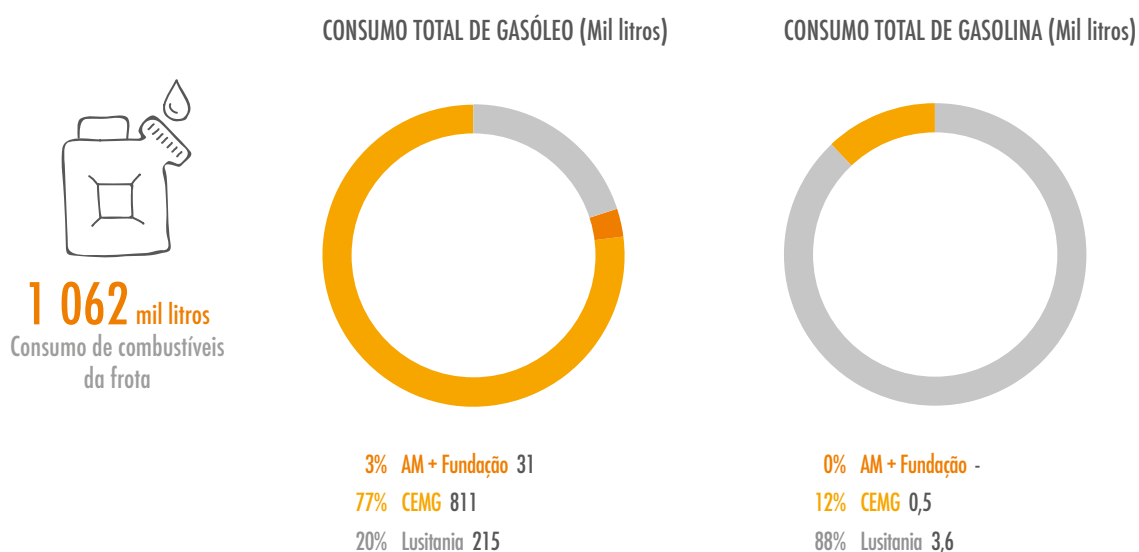
ND – Meta não definida

\*KPI = Key Performance Indicator

Para o Grupo Montepio, entender as relações entre o capital natural e o negócio assume uma enorme importância enquanto pilar de crescimento e rentabilidade, aliada ao reforço da imagem corporativa junto dos clientes. Nesse âmbito, a AM, a CEMG, a Fundação e a Lusitânia intervêm no sentido de mitigar alterações nos recursos naturais, promovendo ganhos de eficiência energética, apostando na minimização das emissões de CO2, diminuindo o consumo de papel e gerindo de forma eficiente os resíduos.



O aumento de cerca de 9% no consumo de energia verificado em 2016, relativamente a 2015, corresponde à incorporação de 100 contadores da EDP SU para a EDP Serviço Comercial que não estavam incluídos no reporte de 2015. Em 2016, o Grupo Montepio deu continuidade às medidas de eficiência energética que começaram a ser implementadas em 2013.



Em 2016 verificou-se uma diminuição de 52 viaturas na frota automóvel, face a 2015, com a redução de 10% no consumo de combustível.



378<sub>m<sup>3</sup></sub>

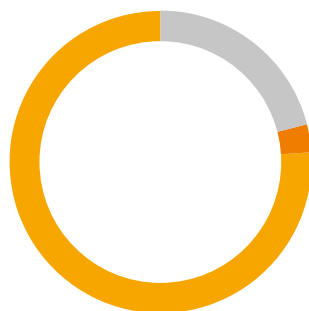
Consumo de gás natural  
(apenas Lusitania)

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



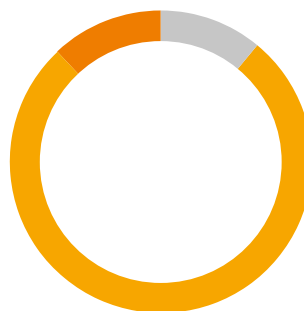
2 808<sub>ton CO<sub>2</sub></sub>  
Emissões de Âmbito 1

6 547<sub>ton CO<sub>2</sub></sub>  
Emissões de Âmbito 2



3% AM + Fundação 83  
76% CEMG 2147  
21% Lusitania 579

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

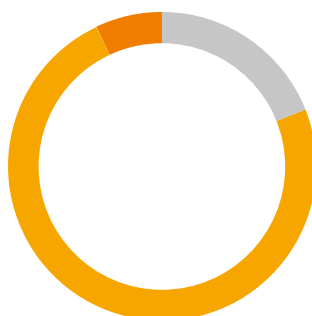


12% AM + Fundação 780  
77% CEMG 5073  
11% Lusitania 694

CONSUMO TOTAL DE PAPEL (ton)

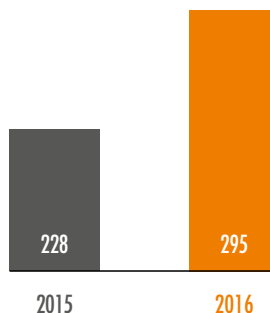


295<sub>ton</sub>  
Consumo de papel



7% AM + Fundação 20  
74% CEMG 218  
19% Lusitania 57

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

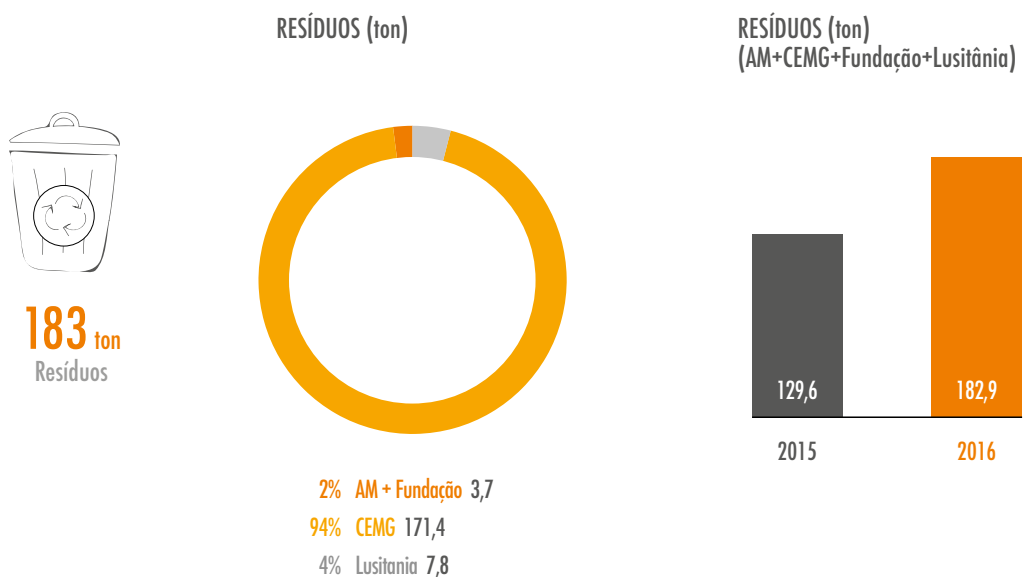


2015 2016

O valor de 2016 considera os consumos de i. Impressos e ii. Correio externo que, em 2015, não estavam disponíveis. Na CEMG, relativamente ao consumo de papel foram desenvolvidas as seguintes iniciativas:

- Transformação Correio Físico em Correio Digital;
- Impressão local com código de colaborador "printing inteligente";
- Descontinuação dos pré-impressos com logótipo institucional tendo sido substituídos por impressão direta em papel A4 e Bobine;
- Substituição do papel A4 de gramagem 80gr para 70 gr.

CERCA DE **303 MIL CLIENTES DA CEMG TÊM EXTRATO DIGITAL** QUE CORRESPONDE A 83% DOS CLIENTES PARTICULARES ADERENTES NET24 E 76% DOS CLIENTES EMPRESA QUE ADERENTES NET 24.



A grande maioria dos resíduos são considerados não perigosos e o destino final é valorização. O aumento verificado em 2016 resultou de encerramento de balcões e movimentações de serviços centrais.

## PRINCIPAIS INICIATIVAS DESENVOLVIDAS

### CEMG + AM + FUNDAÇÃO

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

**PRODUTORES INDUTORES DE BOAS PRÁTICAS AMBIENTAIS: MONTEPIO CRÉDITO ENERGIAS RENOVÁVEIS E MONTEPIO MOBILIDADE ELÉTRICA**

### 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;
- Manutenção da 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.
- Alteração da gramagem do papel consumido passando de 80 gr para 70 gr;
- Transformação de correio físico em correio digital por recurso à plataforma NET 24;
- Descontinuação de pré-impressos com logotipo institucional passando o logotipo a ser impresso, diretamente, ao nível de cada documento gerado.

### A IMPLEMENTAR

- Implementação de projeto com a Delta para recolha e reciclagem de cápsulas de café.

## LUSITÂNIA

### 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.
- Implementação de sistema de gestão técnica para otimização da climatização, circuitos, ventilação e iluminação (no novo edifício).

#### 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 (para o novo edifício);
- Continuação de conversão dos atuais sistemas de iluminação para sistemas LED, principalmente numa lógica de substituição direta por avaria.
- Estudo para implementação/instalação de variadores de velocidade por frequência, nos principais sistemas de ventilação e tratamento de ar.

## TABELA GRI

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “DE ACORDO” – ESSENCIAL  
GRI 102 – DIVULGAÇÕES GERAIS

DIVULGAÇÕES		LOCALIZAÇÃO	VERIFICAÇÃO																																																																									
<b>PERFIL ORGANIZACIONAL</b>																																																																												
102-1	Nome da organização	Sobre este Relatório   Pág. 6	✓																																																																									
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	03. Montepio - um projeto criado por pessoas, para pessoas – Modelo de Negócio do Grupo Montepio   Pág. 24 06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores   Págs. 52 a 63	✓																																																																									
102-3	Localização da sede da organização	R. Áurea, 219-241, 1100-062 Lisboa	✓																																																																									
102-4	Número de países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais as suas principais operações estão localizadas e/ou que são especialmente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório	03. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas   Págs. 22 a 23	✓																																																																									
102-5	Tipo e natureza legal de propriedade	03. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas - Modelo de Negócio do Grupo Montepio   Pág. 24	✓																																																																									
102-6	Mercados servidos	03. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas   Págs. 22 a 23	✓																																																																									
102-7	Dimensão da organização	Principais indicadores de desempenho relativos a 2016   Págs. 4 a 5	✓																																																																									
102-8	Número total de colaboradores, discriminados por contrato de trabalho e género*	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">AM (incl. Fundação)</th> <th colspan="2">CEMG</th> <th colspan="2">Lusitania</th> </tr> <tr> <th>F</th> <th>M</th> <th>F</th> <th>M</th> <th>F</th> <th>M</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Tipo de Contrato</td> <td>Permanentes</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1.668</td> <td>1.903</td> <td>239</td> <td>261</td> </tr> <tr> <td>Temporários</td> <td>8</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Tipo de Emprego</td> <td>Tempo integral</td> <td>9</td> <td>2</td> <td>1.661</td> <td>1.903</td> <td>239</td> <td>264</td> </tr> <tr> <td>Tempo parcial</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>8</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">Região</td> <td>Norte</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>509</td> <td>602</td> <td>87</td> <td>88</td> </tr> <tr> <td>Centro</td> <td>9</td> <td>2</td> <td>937</td> <td>1.044</td> <td>19</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Sul</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>155</td> <td>182</td> <td>131</td> <td>155</td> </tr> <tr> <td>Ilhas</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>68</td> <td>75</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>			AM (incl. Fundação)		CEMG		Lusitania		F	M	F	M	F	M	Tipo de Contrato	Permanentes	1	0	1.668	1.903	239	261	Temporários	8	2	1	0	0	3	Tipo de Emprego	Tempo integral	9	2	1.661	1.903	239	264	Tempo parcial	0	0	8	0	0	0	Região	Norte	0	0	509	602	87	88	Centro	9	2	937	1.044	19	18	Sul	0	0	155	182	131	155	Ilhas	0	0	68	75	2	3	✓
		AM (incl. Fundação)			CEMG		Lusitania																																																																					
		F	M	F	M	F	M																																																																					
Tipo de Contrato	Permanentes	1	0	1.668	1.903	239	261																																																																					
	Temporários	8	2	1	0	0	3																																																																					
Tipo de Emprego	Tempo integral	9	2	1.661	1.903	239	264																																																																					
	Tempo parcial	0	0	8	0	0	0																																																																					
Região	Norte	0	0	509	602	87	88																																																																					
	Centro	9	2	937	1.044	19	18																																																																					
	Sul	0	0	155	182	131	155																																																																					
	Ilhas	0	0	68	75	2	3																																																																					
102-9	Cadeia de fornecedores da organização	03. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Cadeia de Fornecedores   Pág. 26	✓																																																																									
102-10	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.	✓																																																																									
102-11	Abordagem ao princípio da precaução	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Págs. 35 a 38 04. Estratégia de Responsabilidade Social – Gestão de Risco   Págs. 39 a 43	✓																																																																									
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter económico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa	01. Representações Externas e Compromissos Subscritos   Págs. 12 a 13	✓																																																																									
102-13	Participação em associações e organizações nacionais ou internacionais de defesa	01. Representações Externas e Compromissos Subscritos   Pág. 14 a 15	✓																																																																									
<b>ESTRATÉGIA</b>																																																																												
102-14	Declaração do Presidente do Conselho de Administração sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e a sua estratégia de sustentabilidade	Mensagem do Presidente   Pág. 1	✓																																																																									
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	04. Estratégia de Responsabilidade Social   Pág. 30 a 34	✓																																																																									

ÉTICA E INTEGRIDADE			
102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Ética e Integridade I Págs. 42 a 43 o3. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Visão e Estratégia I Pág. 25	✓
102-17	Mecanismos para aconselhamento e preocupações sobre ética	Apesar do 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. 04. Estratégia de Responsabilidade Social – Ética e Integridade I Págs. 42 a 43	✓
GOVERNANCE			
102-18	Estrutura de governo da organizações, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governação hierarquicamente mais elevado	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo I Págs. 35 a 38	✓
102-19	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	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo I Págs. 35 a 38	✓
102-20	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	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo I Págs. 35 a 38	✓
102-21	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 feedback para o mais alto órgão de governo	05. Envolvimento com <i>stakeholders</i> I Págs. 46 a 48	✓
102-22	Composição do mais alto órgão de governo e dos seus comités por: • Função executiva ou não executiva • Independência • Mandato dos membros do mais alto órgão de governação • 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.) • Género • Participação de grupos sociais sub-representados • Competências relacionadas a tópicos económicos, ambientais e sociais • Participação de <i>stakeholders</i>	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo I Págs. 35 a 38 Relatório e Contas CEMG 2016 I Págs. 556 a 579 Relatório e Contas Lusitania 2016 I Pág. 5	✓
102-23	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)	Relatório e Contas CEMG 2016 I Pág. 556 a 579 Relatório e Contas Lusitania 2016 I Pág. 5	✓
102-24	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	Relatório e Contas CEMG 2016 I Págs. 556 a 579	✓
102-25	Processos usados pelo mais alto órgão de governação para garantir a prevenção e administração de conflitos de interesse	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo e Gestão de Riscos I Págs. 35 a 42 Relatório e Contas CEMG 2016 I Págs. 77 a 91 Relatório e Contas Lusitania 2016 I Págs. 59 a 78	✓
102-26	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 com tópicos económicos, ambientais e sociais da organização	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo I Págs. 35 a 38	✓
102-27	Medidas tomadas para desenvolver e aprimorar o conhecimento do mais alto órgão de governação sobre questões económicas, ambientais e sociais	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo I Págs. 35 a 38	✓
102-31	Frequência com que o mais alto órgão de governação analisa tópicos e os seus impactos, riscos e oportunidades, derivados de questões económicas, ambientais e sociais	04. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo I Pág. 35 a 38	✓



102-32	Órgão ou o cargo de mais alto nível que analisa e aprova formalmente o relatório de sustentabilidade da organização e garante que todos os aspetos 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.	√
102-35	a. Políticas de remuneração aplicadas ao mais alto órgão de governação e a executivos seniores para os seguintes tipos de remuneração: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salário fixo e remuneração variável: <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> </li> <li>• Bónus de atração ou pagamentos de incentivos ao recrutamento</li> <li>• Pagamentos de rescisão</li> <li>• <i>Clawbacks</i></li> <li>• 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</li> </ul> b. Critérios de desempenho da política de remuneração aplicam-se aos objetivos para tópicos económicos, ambientais e sociais do mais alto órgão de governação e executivos seniores	Relatório e Contas CEMG 2016   Págs. 587 a 594 Relatório e Contas AM 2016   Pág. 144 Relatório e Contas Lusitania 2016   Págs. 51 a 53	√
102-36	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	Relatório e Contas CEMG 2016   Págs. 587 a 594 Relatório e Contas AM 2016   Pág. 144 Relatório e Contas Lusitania 2016   Págs. 51 a 53	√
102-37	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	Relatório e Contas CEMG 2016   Págs. 587 a 594 Relatório e Contas AM 2016   Pág. 144	√
<b>ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS</b>			
102-40	Lista de grupos de <i>stakeholders</i> da organização	05. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs. 46 a 48	√
102-41	Percentagem de colaboradores abrangidos por acordos de contratação coletiva	100%.	√
102-42	Base para identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	05. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs. 46 a 48	√
102-43	Abordagem adotada para envolvimento com os <i>stakeholders</i> , inclusive a frequência do envolvimento por tipo e por grupo	05. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs. 46 a 48	√
102-44	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	05. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs. 46 a 48	√
<b>PRÁTICA DE REPORTE</b>			
102-45	Totalidade das entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	Relatório e Contas CEMG 2016 - "Demonstrações Financeiras, Notas Explicativas e Pareceres às Contas" Relatório e Contas Lusitania 2016 - "III-A Atividade da Lusitania" Sobre este Relatório   Pág. 6	√
102-46	Processo adotado para definição do conteúdo do relatório e os limites dos tópicos	Sobre este Relatório   Pág. 6	√
102-47	Tópicos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório	Sobre este Relatório   Pág. 6	√
102-48	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações	Sobre este Relatório   Pág. 6	√
102-49	Alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores quanto ao âmbito e ao limite dos Aspetos	Sobre este Relatório   Pág. 6	√
102-50	Período coberto pelo relatório	Sobre este Relatório   Pág. 6	√
102-51	Data do relatório anterior mais recente	Sobre este Relatório   Pág.6	√

102-52	Ciclo de emissão de relatórios	Sobre este Relatório   Pág. 6 O ciclo de emissão do relatório é anual.	✓
102-53	Contatos para questões sobre o relatório ou os seus conteúdos	Sobre este Relatório   Pág. 6	✓
102-54	Declaração feita pela organização, se tiver preparado o relatório de acordo com os Standards da GRI e qual a opção escolhida	Este relatório foi preparado de acordo com os Standards GRI e responde à opção “essencial”.	✓
102-55	Índice de conteúdo GRI	Presente tabela.	✓
102-56	Descrição da política e práticas correntes adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa	Sobre este Relatório   Pág. 6	✓

CONTEUDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

	DIVULGAÇÕES/FORMAS DE GESTÃO	LOCALIZAÇÃO	VERIFICAÇÃO
<b>GRI 200 – DIVULGAÇÕES ECONÓMICAS</b>			
<b>TÓPICO MATERIAL: 201 - DESEMPENHO ECONÓMICO</b>			
<b>103 - Formas de Gestão</b>	103-1 – Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com o Desempenho Económico, o tema “Desempenho Económico/Criação de valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório).		
	103-2 – O Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com o desempenho económico (ver capítulos: 06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores; 07. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados   Desempenho 2016; 08. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança   Criação e distribuição de valor)		✓
	103-3 – O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulos: 06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores; 07. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados   Desempenho 2016; 08. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança   Criação e distribuição de valor)		
<b>201-1</b>	Valor económico direto gerado e distribuído	06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores   Criação e distribuição de valor   Pág. 53 07. Responder às necessidades de proteção social e financeira dos associados   Desempenho 2016   Pág. 08. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança   Criação e distribuição de valor   Pág.	✓
<b>201-2</b>	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para a organização devido às alterações climáticas	Informação ainda não disponível para o ano de 2016. O Montepio prevê efetuar uma avaliação de riscos e oportunidades para a organização devido às alterações climáticas nos próximos anos.	✓
<b>201-3</b>	Planos de benefícios oferecidos pela organização	Relatório e Contas CEMG 2016   Pág. 119 a 121 Relatório e Contas Lusitania 2016   Págs. 51 a 53	✓
<b>201-4</b>	Benefícios financeiros significativos recebidos pelo governo	Não existem	✓
<b>TÓPICO: GRI 204 - PRÁTICAS DE COMPRA</b>			
<b>204-1</b>	Proporção de despesas com fornecedores locais	03. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Cadeia de Fornecedores   Pág. 26	✓
<b>GRI 300 – DIVULGAÇÕES AMBIENTAIS</b>			
<b>TÓPICO: GRI 301 - MATERIAIS</b>			
<b>301-1</b>	Consumo de matérias-primas	11. Promover o Ambiente   Pág. 124	✓
<b>TÓPICO: GRI 302 - ENERGIA</b>			
<b>302-1</b>	Consumo de energia dentro da organização	11. Promover o Ambiente   Págs. 123 a 124	✓

TÓPICO: GRI 305 - EMISSÕES			
305-1	Emissões diretas de gases com efeito de estufa (GEE) (âmbito 1)	11. Promover o Ambiente   Pág. 124	√
305-2	Emissões indiretas de GEE (âmbito 2)	11. Promover o Ambiente   Pág. 124	√
TÓPICO: GRI 306 – EFLUENTES E RESÍDUOS			
306-2	Resíduos produzidos, por tipo e por método de tratamento	11. Promover o Ambiente   Pág. 125	√

GRI 400 – DIVULGAÇÕES SOCIAIS																																																																																																																				
TÓPICO MATERIAL: GRI 401 - EMPREGO																																																																																																																				
103 - Formas de Gestão	<p>103-1 - Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com o Emprego, o tema “Desenvolvimento do Capital Humano” foi considerado um tema de materialidade média (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório).</p> <p>103-2 – O Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com o Desenvolvimento do Capital Humano (ver capítulo 09. Valorizar os colaboradores).</p> <p>103-3 – O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 09. Valorizar os colaboradores).</p>		√																																																																																																																	
401-1	Número e taxa de novas contratações e taxa de rotatividade por faixa etária, género e região*	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">AM (inclui Fundação)</th> <th colspan="2">CEMG</th> <th colspan="2">Lusitania</th> </tr> <tr> <th>F</th> <th>M</th> <th>F</th> <th>M</th> <th>F</th> <th>M</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="7">Taxa de novas contratações (%)</td> <td>&lt;30</td> <td>0%</td> <td>100%</td> <td>26%</td> <td>17%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>30 a 50</td> <td>75%</td> <td>0%</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>0%</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>&gt;50</td> <td>0%</td> <td>100%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Norte</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Centro:</td> <td>67%</td> <td>100%</td> <td>2%</td> <td>1%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Sul</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Ilhas</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td rowspan="7">Taxa de rotatividade (%)</td> <td>&lt;30</td> <td>100%</td> <td>0%</td> <td>47%</td> <td>28%</td> <td>33%</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>30 a 50</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>3%</td> <td>3%</td> <td>1%</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>&gt;50</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>23%</td> <td>39%</td> <td>11%</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Norte</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>4%</td> <td>12%</td> <td>0%</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Centro:</td> <td>11%</td> <td>0%</td> <td>7%</td> <td>12%</td> <td>0%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Sul</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>7%</td> <td>5%</td> <td>8%</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Ilhas</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>6%</td> <td>15%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>		AM (inclui Fundação)		CEMG		Lusitania		F	M	F	M	F	M	Taxa de novas contratações (%)	<30	0%	100%	26%	17%	0%	0%	30 a 50	75%	0%	1%	1%	0%	3%	>50	0%	100%	0%	0%	0%	0%	Norte	0%	0%	0%	0%	0%	0%	Centro:	67%	100%	2%	1%	0%	0%	Sul	0%	0%	0%	0%	0%	4%	Ilhas	0%	0%	0%	0%	0%	0%	Taxa de rotatividade (%)	<30	100%	0%	47%	28%	33%	60%	30 a 50	0%	0%	3%	3%	1%	8%	>50	0%	0%	23%	39%	11%	13%	Norte	0%	0%	4%	12%	0%	3%	Centro:	11%	0%	7%	12%	0%	11%	Sul	0%	0%	7%	5%	8%	15%	Ilhas	0%	0%	6%	15%	0%	0%	√
	AM (inclui Fundação)			CEMG		Lusitania																																																																																																														
	F	M	F	M	F	M																																																																																																														
Taxa de novas contratações (%)	<30	0%	100%	26%	17%	0%	0%																																																																																																													
	30 a 50	75%	0%	1%	1%	0%	3%																																																																																																													
	>50	0%	100%	0%	0%	0%	0%																																																																																																													
	Norte	0%	0%	0%	0%	0%	0%																																																																																																													
	Centro:	67%	100%	2%	1%	0%	0%																																																																																																													
	Sul	0%	0%	0%	0%	0%	4%																																																																																																													
	Ilhas	0%	0%	0%	0%	0%	0%																																																																																																													
Taxa de rotatividade (%)	<30	100%	0%	47%	28%	33%	60%																																																																																																													
	30 a 50	0%	0%	3%	3%	1%	8%																																																																																																													
	>50	0%	0%	23%	39%	11%	13%																																																																																																													
	Norte	0%	0%	4%	12%	0%	3%																																																																																																													
	Centro:	11%	0%	7%	12%	0%	11%																																																																																																													
	Sul	0%	0%	7%	5%	8%	15%																																																																																																													
	Ilhas	0%	0%	6%	15%	0%	0%																																																																																																													
401-2	Benefícios para colaboradores, a tempo integral, que não são atribuídos a colaboradores temporários ou a tempo parcial	09. Valorizar os colaboradores – Benefícios aos Colaboradores   Págs. 96 a 97	√																																																																																																																	
401-3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença parental, por género	Aos colaboradores da CEMG e da AM são dadas as condições para cumprimento das determinações legais relativas à licença parental, finda a qual regressam, na sua esmagadora maioria, ao exercício de funções, salvo opção pessoal do/a colaborador/a, que em nada se prende com práticas de discriminação.	√																																																																																																																	
TÓPICO: GRI 403 - SAÚDE E SEGURANÇA																																																																																																																				
403-2	Rácios de acidentes, doenças profissionais, dias perdidos, absentismo e número de óbitos relacionados com o trabalho, por região e género	09. Valorizar os colaboradores – Saúde e Segurança   Pág. 99	√																																																																																																																	

TÓPICO MATERIAL: GRI 404- FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO

<b>103 - Formas de Gestão</b>		<p>103-1 – Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da instituição. Com relação direta com a Formação e Educação, o tema "Formação e Desenvolvimento de Competências" foi considerado relevante para efeitos de reporte, apesar de ser um tema não material na matriz global.</p> <p>103-2 – O Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com a formação e educação (ver capítulo 09. Valorizar os colaboradores – Desenvolvimento do Capital Humano)</p> <p>103-3 – O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 09. Valorizar os colaboradores – Desenvolvimento do Capital Humano).</p>	√
<b>404-1</b>	Média de horas de formação anual por colaborador, género e categoria profissional	09. Valorizar os colaboradores – Desenvolvimento do Capital Humano   Pág. 94	√
<b>404-3</b>	Porcentagem de colaboradores que recebem regularmente análise de desempenho e desenvolvimento de carreira	09. Valorizar os colaboradores – Desenvolvimento do Capital Humano   Pág. 94	√

TÓPICO: GRI 405 - DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

<b>405-1</b>	Mão-de-obra por género e faixa etária e outros indicadores de diversidade	AM				√
			Diretivas e chefias	Técnicas	Administrativas	
		< 30 anos	0	1	1	
		Dos 30 aos 50 anos	0	7	1	
		> 50 anos	1	0	0	
		F	0	7	2	
		M	1	1	0	
		CEMG				
		< 30 anos	0	15	22	
		Dos 30 aos 50 anos	594	1.134	1.176	
		> 50 anos	238	184	209	
		F	256	647	766	
		M	576	686	641	
		Lusitania				
		< 30 anos	0	5	6	
		Dos 30 aos 50 anos	56	117	197	
		> 50 anos	35	34	53	
		F	23	68	148	
		M	68	88	108	

TÓPICO MATERIAL: GRI 417 - MARKETING E ROTULAGEM

<p><b>103 - Formas de Gestão</b></p>	<p>103-1 - Os temas materiais do Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da instituição. Com relação direta com a Rotulagem de Produtos e Serviços, o tema “Qualidade do serviço e satisfação dos associados e dos clientes” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver matriz de materialidade - Sobre este Relatório).</p> <p>103-2 – O Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com a qualidade do serviço e satisfação dos associados e clientes (ver capítulos: 06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores   Satisfação dos clientes</p> <p>08. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança   Satisfação dos clientes)</p> <p>103-3 – O Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório</p> <p>(ver capítulos: 06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores   Satisfação dos clientes</p> <p>08. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança   Satisfação dos clientes)</p>	<p>√</p>
<p><b>417-1</b></p> <p>Tipo de informação dos produtos exigida pelos procedimentos de rotulagem, e percentagem de produtos e serviços sujeitos a essas exigências</p>	<p><u>CEMG + AM+ Fundação</u></p> <p>O Montepio obedece a orientações do Banco de Portugal em matéria de publicidade institucional. Os documentos que regulam a publicidade (incluindo a bancária) são os seguintes:</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><u>CEMG</u></p> <p>No sistema de <i>Governance</i> 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> <p><u>AM</u></p> <p>Na AM as modalidades disponibilizadas aos associados dão integral cumprimento aos regulamentos internos e ao definido no Código das Associações Mutualistas.</p> <p><u>Lusitania</u></p> <p>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.</p> <p>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>	<p>√</p>

417-2	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><u>CEMG</u> 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><u>AM</u> Eventuais situações que possam configurar não conformidades são imediatamente corrigidas e sanadas.</p> <p><u>Fundação</u> Não aplicável.</p> <p><u>Lusitania</u> 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>	√
<b>INDICADORES SETORIAIS PARA O SETOR FINANCEIRO</b>			
<b>PORTFOLIO DE PRODUTOS</b>			
FS7	Volume (monetário) dos produtos e serviços com benefício social, por linha de negócio	<p>06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores I Págs. 52 a 53</p> <p>08. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança - Produtos e Serviços focados nas necessidades dos clientes I Págs. 85 a 87</p>	√
FS8	Valor monetário de produtos e serviços destinados a contribuir para um benefício ambiental, por cada linha de negócio, e detalhado por objetivo	<p>06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores - Crédito Energias Renováveis I Págs. 57, 86 e 126</p> <p>08. Alinhar a oferta seguradora com um mundo em mudança - Oferta sustentável I Pág. 86</p>	√
FS13	Pontos de acesso em localidades com pouca população ou economicamente desfavorecidas	03. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas I Págs. 22 a 23	√
FS14	Iniciativas para melhorar o acesso a serviços financeiros por parte de pessoas desfavorecidas	<p>06. Disponibilizar produtos e serviços bancários diferenciadores I Canais Eletrónicos I Pág. 87</p> <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 (Web Content Accessibility Guidelines 1.0 do W3C); garantindo a acessibilidade de conteúdos a conformidade com os requisitos do W3C em nível "AA".</p>	√

\*As definições de região são distintas entre entidade.

## ***Relatório Independente de Garantia Limitada de Fiabilidade***

Exmo. Conselho de Administração da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio

### ***Introdução***

1 Fomos contratados pela Administração da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio para a realização de um trabalho de garantia limitada de fiabilidade sobre a informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Sustentabilidade 2016, relativa ao ano findo em 31 de dezembro de 2017, preparada por estas entidades, para efeitos de divulgação do seu desempenho anual em matéria de sustentabilidade.

### ***Responsabilidades***

2 É da responsabilidade dos Conselhos de Administração da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio a preparação da informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Sustentabilidade 2016 de acordo com as diretrizes para reporte de Sustentabilidade “Global Reporting Initiative” (“GRI”), versão GRI Standards, e com as instruções e critérios divulgados no Relatório, bem como a manutenção de um sistema de controlo interno apropriado, que permita uma adequada preparação da informação mencionada.

3 A nossa responsabilidade consiste em emitir um relatório de garantia limitada de fiabilidade, profissional e independente, baseado nos procedimentos realizados e especificados no parágrafo abaixo.

### ***Âmbito***

4 O trabalho que realizámos foi efetuado de acordo com a Norma Internacional sobre Trabalhos de Garantia de Fiabilidade (ISAE) 3000 (Revista) "Trabalhos de Garantia de Fiabilidade que Não Sejam Auditorias ou Exames Simplificados de Informação Financeira Histórica", emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board* da *International Federation of Accountants*. Esta Norma exige que planeemos e executemos o trabalho de garantia limitada de fiabilidade com o objetivo de obter um grau de segurança limitado sobre se a informação de sustentabilidade está isenta de distorções materialmente relevantes.

5 Para tanto o referido trabalho consistiu em:

- i) Indagar a 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 amostragem, 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;
- 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 amostragem, alguns procedimentos de consubstanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;
- vi) Comparar os dados financeiros e económicos incluídos na informação de sustentabilidade com os auditados pelo auditor externo, no âmbito da revisão legal das demonstrações financeiras da Empresa do exercício findo em 31 de dezembro de 2016;

---

*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*

- vii) Analisar o processo de definição da materialidade dos temas de sustentabilidade, com base no princípio da materialidade previsto nas diretrizes GRI Standards, de acordo com a metodologia descrita pela Empresa no Relatório;
- viii) Verificar que a informação de sustentabilidade a incluir no Relatório cumpre com os requisitos das diretrizes da GRI Standards, na opção “De Acordo – Essencial”.

6 Os procedimentos efetuados foram mais limitados do que seriam num trabalho de garantia razoável de fiabilidade, por conseguinte, foi obtida menos segurança do que num trabalho de garantia razoável de fiabilidade.

7 Entendemos que os procedimentos efetuados proporcionam uma base aceitável para a nossa conclusão.

### **Qualidade e independência**

8 Aplicamos a Norma Internacional de Controlo de Qualidade 1 (ISQC1) e, como tal, mantemos um sistema de controlo de qualidade, incluindo políticas e procedimentos documentados relativos ao cumprimento dos requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.

9 Cumprimos com os requisitos de independência e ética do código de ética do *International Ethics Standards Board for Accountants* (IESBA) e do código de ética da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC).

### **Conclusão**

10 Com base no trabalho efetuado, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a concluir que a informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Sustentabilidade 2016, relativa ao ano findo em 31 de dezembro de 2016, não tenha sido preparada, em todos os aspetos materialmente relevantes, de acordo com os requisitos das diretrizes GRI Standards e com as instruções e critérios divulgados no Relatório, e que a Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio não tenham aplicado, na informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Sustentabilidade 2016, as diretrizes GRI Standards, na opção “De Acordo – Essencial”.

### **Restrições de uso**

11 Este relatório é emitido unicamente para informação e uso dos Conselhos de Administração da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio, para efeitos da divulgação do Relatório de Sustentabilidade 2016 pelo que não deverá ser utilizado para quaisquer outras finalidades. Não assumiremos quaisquer responsabilidades perante terceiros, para além da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio, pelo nosso trabalho e pela conclusão expressa neste relatório, o qual será anexado ao Relatório de Sustentabilidade 2016 da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio.

22 de janeiro de 2018

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



António Brochado Correia, R.O.C.



## **FICHA TÉCNICA**

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

FOTOGRAFIAS: GRUPO MONTEPIO

IMPRESSÃO: GRIFOS – Artes Gráficas, Lda.

DEPÓSITO LEGAL: 406826/16

