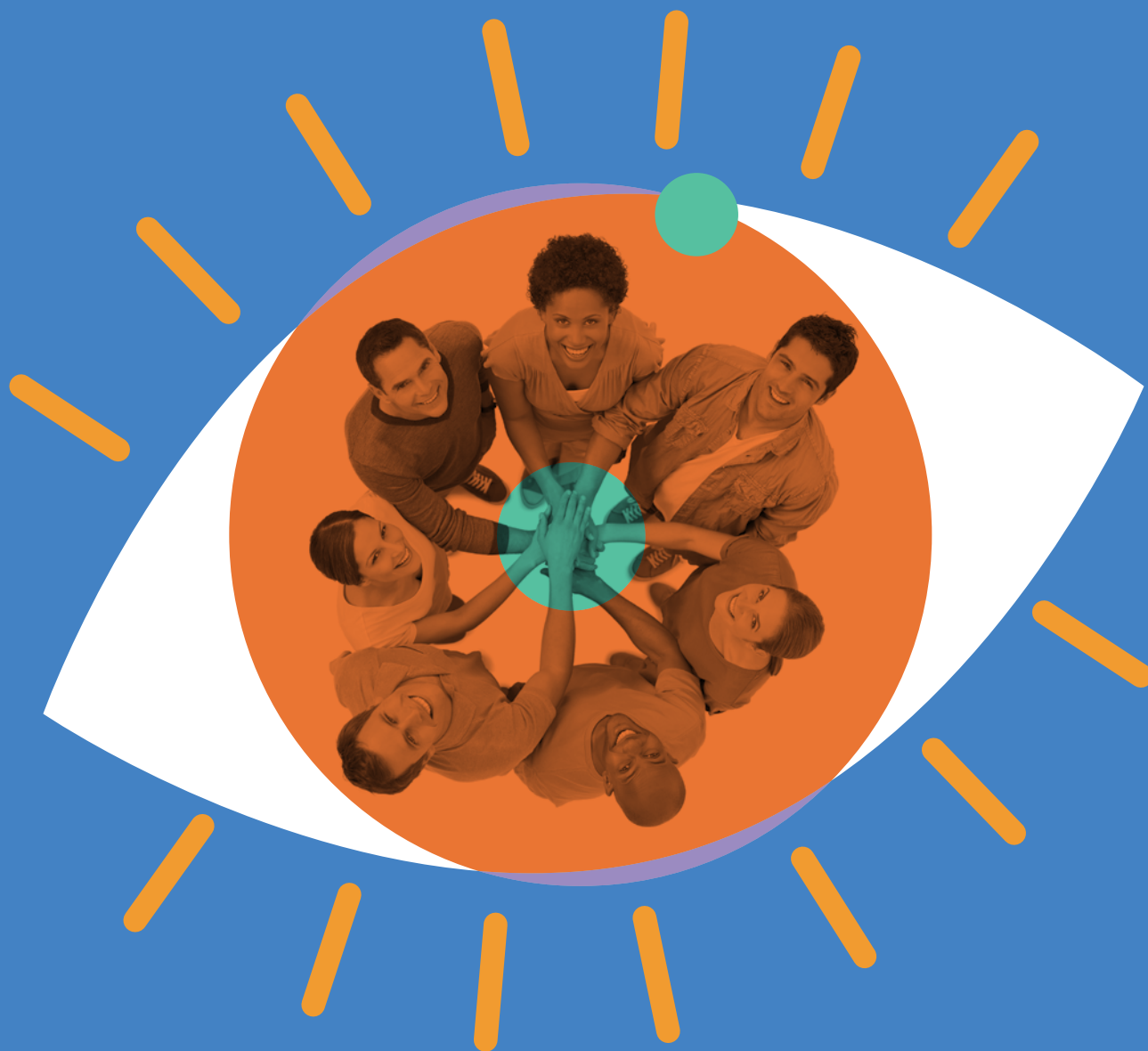


Grupo Montepio  
apresenta

# UM OLHAR DE FUTURO

A nossa visão do mundo há 179 anos



RELATÓRIO SUSTENTABILIDADE  
2019

Associação Mutualista Montepio | Banco Montepio | Fundação Montepio | Lusitania  
Lusitania Vida | Futuro | Montepio Gestão de Activos | Residências Montepio | Residências Montepio U Live

# ÍNDICE

3	<u>SOBRE ESTE RELATÓRIO</u>
7	<u>MENSAGEM DO PRESIDENTE</u>
8	<u>01. REPRESENTAÇÕES EXTERNAS E COMPROMISSOS SUBSCRITOS</u>
12	<u>02. PRINCIPAIS PRÉMIOS E RECONHECIMENTOS</u>
15	<u>03. GRUPO MONTEPIO - UM PROJETO CRIADO POR PESSOAS, PARA PESSOAS</u>
27	<u>04. ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL</u>
51	<u>05. ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i></u>
57	<u>06. RESPONDER ÀS NECESSIDADES DE POUPANÇA, PROTEÇÃO SOCIAL E BEM-ESTAR DOS ASSOCIADOS</u>
78	<u>07. DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS DIFERENCIADORES</u>
99	<u>08. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA LUSITANIA</u>
104	<u>09. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA LUSITANIA VIDA</u>
107	<u>10. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA FUTURO</u>
114	<u>11. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA GESTÃO DE ACTIVOS</u>
117	<u>12. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA RESIDÊNCIAS MONTEPIO</u>
121	<u>13 SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA RESIDÊNCIAS MONTEPIO U LIVE</u>
124	<u>14 VALORIZAR OS COLABORADORES</u>
140	<u>15. INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE</u>
156	<u>16. PROMOVER O AMBIENTE</u>
169	<u>17. TABELA GRI</u>

# SOBRE ESTE RELATÓRIO

O Grupo Montepio reporta anualmente a sua informação não financeira, no formato do relatório de sustentabilidade. Este relatório visa compilar a informação de sustentabilidade do Grupo, de forma a divulgar aos seus *stakeholders* a sua *performance* e os impactos da atividade do Grupo a nível ambiental, social e económico.

## Período de reporte

O Relatório incide sobre a atividade do Grupo durante o ano de 2019, nomeadamente o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2019. O relatório abrange, sempre que possível, informação relativa a anos anteriores para permitir comparabilidade anual do desempenho do Grupo.

## Âmbito de reporte

Os conteúdos do presente Relatório são referentes às seguintes entidades do Grupo: Montepio Geral Associação Mutualista (Associação Mutualista Montepio, Associação Montepio ou AMM), Caixa Económica Montepio Geral (Banco Montepio), Fundação Montepio (Fundação), Lusitania, Companhia de Seguros, S.A. (Lusitania), Lusitania Vida, Companhia de Seguros, S.A. (Lusitania Vida), Futuro – Sociedade Gestora de Fundos de Pensões, S.A. (Futuro), Montepio Gestão de Activos, SGFI, S.A. (MGA), Residências Montepio, Serviços de Saúde, S.A. (Residências Montepio) e Montepio, Residências para Estudantes, S.A. (Residências Montepio U Live ou Montepio U Live).

## Global Reporting Initiative (GRI)

Em conformidade com o reportado em anos anteriores, o Grupo Montepio elaborou o presente Relatório de acordo com o *Global Reporting Initiative (GRI) – GRI Standards*, para a opção “*in accordance - Core*”.

## Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

O Grupo responde, no presente Relatório, ao compromisso de divulgação de informação relativa ao cumprimento dos ODS, assumido com a adesão à Aliança ODS Portugal efetuada a 17 de dezembro de 2015.

# MATERIALIDADE

O Grupo Montepio, no âmbito da elaboração do presente Relatório, levou a cabo um rigoroso processo de avaliação externo (através de um processo de auscultação de *stakeholders* realizado em 2018) e interno para aferir o grau de materialidade de cada um dos temas de sustentabilidade, de modo a tratá-los, neste Relatório, com o grau de detalhe que a respetiva materialidade impõe.



Tema de relevância reduzida média elevada



# ESTRUTURA

O Grupo delineou a estrutura e os conteúdos do Relatório de acordo com a sua ordem de relevância, conforme pode verificar-se pela Matriz de Materialidade apresentada na página anterior.

CAPÍTULOS	AMM	BANCO MONTEPIO	FUNDAÇÃO	LUSITANIA	LUSITANIA VIDA	FUTURO	MGA	RESIDÊNCIAS MONTEPIO	MONTEPIO U LIVE
SOBRE ESTE RELATÓRIO	●	●	●	●	●	●	●	●	●
MENSAGEM DO PRESIDENTE	●	●	●	●	●	●	●	●	●
1. REPRESENTAÇÕES EXTERNAS E COMPROMISSOS SUBSCRITOS	●	●	●	●	●	●	●	●	
2. PRINCIPAIS PRÉMIOS E RECONHECIMENTOS	●	●	●	●	●	●	●	●	
3. GRUPO MONTEPIO – UM PROJETO CRIADO POR PESSOAS, PARA PESSOAS	●	●	●	●	●	●	●	●	●
4. ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	●	●	●	●	●	●	●	●	●
5. ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	●	●	●					●	●
6. RESPONDER ÀS NECESSIDADES DE POUPANÇA, PROTEÇÃO SOCIAL E BEM-ESTAR DOS ASSOCIADOS	●								
7. DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS DIFERENCIADORES		●							
8. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA LUSITANIA				●					

CAPÍTULOS	AMM	BANCO MONTEPIO	FUNDAÇÃO	LUSITANIA	LUSITANIA VIDA	FUTURO	MGA	RESIDÊNCIAS MONTEPIO	MONTEPIO U LIVE
9. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA LUSITANIA VIDA					●				
10. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA FUTURO						●			
11. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA GESTÃO DE ACTIVOS							●		
12. SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA RESIDÊNCIAS MONTEPIO								●	
13. SUSTENTABILIDADE NA RESIDÊNCIAS MONTEPIO U LIVE									●
14. VALORIZAR OS COLABORADORES	●	●	●	●	●	●	●	●	●
14. INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE	●	●	●	●	●	●			
15. PROMOVER O AMBIENTE	●	●		●	●	●	●	●	●
TABELA GRI PARA A OPÇÃO "DE ACORDO" – ESSENCIAL	●	●	●	●	●	●	●	●	●

## Verificação externa

O presente relatório foi submetido a uma verificação externa por parte da PricewaterhouseCoopers & Associados, S.R.O.C., Lda. Os indicadores de desempenho de cada organização do Grupo reportados neste relatório foram verificados de acordo com o âmbito e pressupostos apresentados na Tabela GRI e no Relatório Independente de Garantia Limitada de Fiabilidade.

## Contactos

Para qualquer esclarecimento ou questão relativa à Sustentabilidade no Grupo Montepio, queira contactar:



# MENSAGEM DO PRESIDENTE

O Relatório de Sustentabilidade que apresentamos, relativo ao ano de 2019, permite dar a conhecer a atuação do Grupo Montepio em termos da sua política de sustentabilidade, no seu sentido holístico, que inclui a dimensões económica, social e ambiental.

Constitui-se de um conjunto de informações não financeiras que abordam e tratam a sustentabilidade no que diz respeito aos seus objetivos, ações, atividades realizadas e a práticas já existentes e/ou a melhorar, incluindo o alinhamento com os Objetivos e com as Metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Este relatório reflete, este ano, uma ainda maior abrangência em termos do reporte de sustentabilidade do Grupo Montepio, traduzida com o acréscimo de mais uma empresa a integrar este documento, a Residências para Estudantes, Montepio U Live, elevando assim para nove o total de empresas do Grupo Montepio que contribuíram com a partilha de informação sobre a sua atuação para a construção deste documento, o que vem reforçar a ambição e o compromisso do Grupo em termos de sustentabilidade demonstrando a comunhão de valores que nos norteiam.

Este documento espelha também o modelo de governação do Grupo Montepio que se traduz no envolvimento e numa colaboração crescente entre as diversas empresas, de naturezas jurídicas distintas, bem como dos seus associados, clientes e comunidade em geral.

A este propósito importa destacar a aprovação da alteração dos Estatutos da Associação Mutualista, ocorrida na Assembleia Geral de associados de novembro de 2019, que extingue o Conselho o Geral e aprova o novo órgão social, designadamente a Assembleia de Representantes, alteração substantiva no seu modelo de governo.

Numa sociedade marcada por profundas transformações como a que vivemos, reiteramos, uma vez mais, o nosso compromisso para com os valores que nos norteiam, humanos, de partilha e de solidariedade, e que contribuirão, seguramente, para um desenvolvimento global mais sustentável, através de um empenho contínuo que garanta o aperfeiçoamento de estratégias, ferramentas e procedimentos, em prol do bem-estar crescente da comunidade.

No término deste Relatório, a declaração por parte da Organização Mundial de Saúde do estado de Pandemia provocada pelo vírus SARS-CoV-2, vem colocar um novo desafio ao Grupo, naquele que é o seu principal desígnio: a proteção dos seus associados e familiares.

**Tudo faremos para apoiar e minimizar os tempos difíceis que se adivinham, atentos às necessidades de todos com que nos relacionamos, dando o nosso contributo para ultrapassar o difícil contexto que a sociedade terá que enfrentar nos tempos mais próximos.**

Virgílio Lima  
Presidente do Grupo Montepio

# REPRESENTAÇÕES EXTERNAS E COMPROMISSOS SUBSCRITOS



alargamos a expansão e localização  
das nossas intervenções

# REPRESENTAÇÕES EXTERNAS E COMPROMISSOS SUBSCRITOS

## PRINCIPAIS REPRESENTAÇÕES EXTERNAS

<b>Associação Mutualista Montepio</b>	AIM - Association Internationale de la Mutualité	Vice Presidente do Conselho de Administração
	APCE - Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa	Vice Presidente da Direção
	APM (Associação Portuguesa de Mutualidades) - RedeMut	Vice Presidente do Conselho de Administração
	IPPS - Instituto para as Políticas Públicas e Sociais	Presidente do Conselho Fiscal
	IPSE - Institut de la Protection Sociale Européenne	Membro do Conselho de Administração
<b>Banco Montepio</b>	APB - Associação Portuguesa de Bancos	Vogal da Direção Membro do Grupo de trabalho <i>Sustainable Finance</i>
	Comité de Responsabilidade Social do ESG - European Savings Banks Group	Membro do Conselho Membro do Comité de Coordenação
	JAP - Junior Achievement Portugal	Membro da Direção
	Ministério do Ambiente e da Transição Energética	Membro do Grupo Técnico de Reflexão para o Financiamento Sustentável
<b>Fundação Montepio</b>	APEE - Associação Portuguesa de Ética Empresarial	Membro Associado
	CPF - Centro Português de Fundações	Membro Associado
	CPV - Confederação Portuguesa de Voluntariado	Membro da Direção
	GRACE - Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial	Membro Associado



<b>Lusitania</b>	APS - Associação Portuguesa de Seguradores	Membro da Direção
	GPCV - Gabinete Português da Carta Verde	Membro Associado
	AIDA - Associação Internacional do Direito dos Seguros	Membro Associado
	Jovens Seguros - Associação para o Desenvolvimento Ocupacional	Vogal do Conselho Fiscal
	GRACE - Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial	Membro Associado
<b>Lusitania Vida</b>	APS - Associação Portuguesa de Seguradores	Membro Associado
<b>Futuro</b>	APFIPP - Associação Portuguesa de Fundos de Investimento, Pensões e Patrimónios	Membro da Direção e Membro Associado
	CCFP - Comissão Consultiva dos Fundos de Pensões, na APFIPP	Membro da CCFP
<b>Gestão de Activos</b>	APFIPP - Associação Portuguesa de Fundos de Investimento, Pensões e Patrimónios	Membro Associado
	CCGP - Comissão Consultiva Gestoras Patrimónios	Membro da CCGP
	CCFI - Comissão Consultiva de Fundos de Investimento	Membro da CCFI
	CACFIM - Comissão de Acompanhamento da Classificação	Membro da CACFIM
<b>Residências Montepio</b>	European Ageing Network	Membro do European Ageing Network
	Porto4Ageing	Membro do Porto4Ageing

## Principais compromissos subscritos



### Carta Portuguesa para a Diversidade

Em 2017, a Fundação Montepio procedeu à assinatura da Carta Portuguesa para a Diversidade assumindo, desta forma, a Diversidade 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.



### Aliança ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) Portugal

A Fundação Montepio tornou-se membro da Aliança ODS Portugal a 17 de dezembro de 2015. A Aliança para os ODS é uma iniciativa da *Global Compact Network* Portugal, rede portuguesa do *United Nations Global Compact*, 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

A Fundação Montepio, através do GRACE, além da colaboração e participação ativa nos trabalhos da PAR, integrou, em 2016, a comissão executiva e apoiou um dos grupos de voluntários no trabalho de apoio aos que fogem do contexto da violência e da guerra. O objetivo do Projeto PAR é criar condições para acolher famílias de refugiados e apoiar os refugiados nos campos, no Líbano e na Grécia.



### Protocolo Movimento Eco – Empresas Contra os Fogos

A Fundação assinou, em 2015, um Protocolo de Cooperação com o Movimento ECO, através do qual contribui para a campanha nacional de prevenção e ataque inicial aos incêndios florestais. Os objetivos do Movimento ECO são colaborar ativamente na preservação da floresta; consciencializar e mobilizar a ação da sociedade civil para a preservação da floresta; estimular e sensibilizar as empresas e as instituições para a divulgação de mensagens de prevenção de comportamentos de risco; reduzir o número de incêndios e a área ardida.



### RedeMut – Associação Portuguesa de Mutualidades

A RedeMut é um projeto inovador iniciado em 2012 por iniciativa de um conjunto de associações mutualistas portuguesas que decidiram unir esforços em torno do objetivo comum de prestar cuidados de saúde à comunidade de associados que as integram.



### Fórum para a Governação Integrada

A Fundação é um dos membros promotores do Fórum para a Governação Integrada, desde 2013. Este Fórum é 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.

# PRINCIPAIS PRÉMIOS E RECONHECIMENTOS

os nossos valores são distinguidos pelos outros / os outros  
veem a nossa missão com bons olhos



# PRINCIPAIS PRÉMIOS E RECONHECIMENTOS

Ao longo do ano de 2019, o Grupo Montepio, através das suas empresas, foi merecedor de diversos reconhecimentos e distinções.

## Associação Mutualista Montepio

Em 2019, a Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa distinguiu duas publicações da Associação Mutualista com o Grande Prémio APCE na Categoria Publicação Externa: a Revista VOA e, pelo segundo ano consecutivo, a Revista Montepio pela sua qualidade editorial e *design*.



## Banco Montepio

Em 2019, o Banco Montepio conquistou o selo Superbrands pela 10.<sup>a</sup> vez, voltando a ser considerado pelos consumidores como uma marca de relevância no mercado. A Superbrands® é uma organização internacional dedicada à identificação e promoção de Marcas de Excelência.



## Lusitania Vida

O Lusitania Poupança Reforma PPR foi considerado em três anos consecutivos (2017, 2018 e 2019) “Escolha Acertada” pela DECO Proteste na classe dos PPR com capital garantido.



## Gestão de Activos

Em 2019, o Montepio Acções recebeu o prémio de Melhor Fundo Nacional Acções Euro, nos Morningstar Fund Awards 2019.

## Residências Montepio

Mantendo o seu registo de reconhecimento pelo mercado, a Residências Montepio – Serviços de Saúde, S.A., em 2019, foi vencedora da 2.ª edição do Portugal Cinco Estrelas na categoria “Residências Sénior”, para os distritos de Lisboa, Porto, Coimbra e Setúbal.

Este prémio, que surge no âmbito do Prémio Cinco Estrelas, é dedicado a produtos, serviços e marcas de cariz regional, medindo o grau de satisfação obtido junto dos seus utilizadores, relativamente às cinco principais variáveis que influenciam a decisão de compra: Satisfação pela experimentação, relação Preço-qualidade, Intenção de compra ou recomendação, Confiança na marca e Inovação.



# GRUPO MONTEPIO - UM PROJETO CRIADO POR PESSOAS, PARA PESSOAS



somos a maior mutualidade portuguesa  
e vamos ser uma das maiores da europa

# GRUPO MONTEPIO

## UM PROJETO CRIADO POR PESSOAS, PARA PESSOAS

332

Balcões Banco Montepio  
(Rede Doméstica)

107

Postos Mutualistas

8

Residências  
Montepio

23

Balcões Lusitania

5

Residências  
Montepio U Live

### Presença geográfica

O Grupo Montepio tem uma presença em diversas áreas de negócio ao longo de todo o território nacional e internacional, através da sua extensa rede de balcões e mediadores.

### Associação Mutualista Montepio

O ano de 2019 foi um ano de consolidação da Rede de Gestores Mutualistas, que comporta atualmente 107 postos mutualistas, incluindo a loja mutualista em Lisboa. Foi ajustada a estrutura organizativa em 7 departamentos regionais, criando maior equidade na distribuição geográfica dos gestores mutualistas, e foram criados 5 novos postos mutualistas na zona de Lisboa. Este ajustamento teve por objetivo dar mais relevo ao papel do Gestor Mutualista e criar maior proximidade entre este e os diversos canais de relação com os associados, mantendo o foco na política de proximidade, na relação com os associados e estimulando o recurso às novas ferramentas da era digital disponíveis para os associados.

A Rede de Gestores Mutualistas tem vindo a aumentar o acompanhamento aos associados que lhe estão geograficamente afetos, promovendo a diversificação do portfólio de modalidades mais adequada às suas necessidades, assim como a promoção dos benefícios inerentes à condição de associados, nomeadamente a divulgação das parcerias na área da saúde, lazer e comércio.

Com o apoio das campanhas de comunicação da oferta que têm sido desenvolvidas, foi possível promover e divulgar vantagens e benefícios para os associados, como o acesso, com condições muito especiais, a espetáculos de referência e ao vasto programa de experiências, alargando a abrangência da Associação a todos os membros dos respetivos agregados familiares, ampliando os benefícios mutualistas a toda a família.

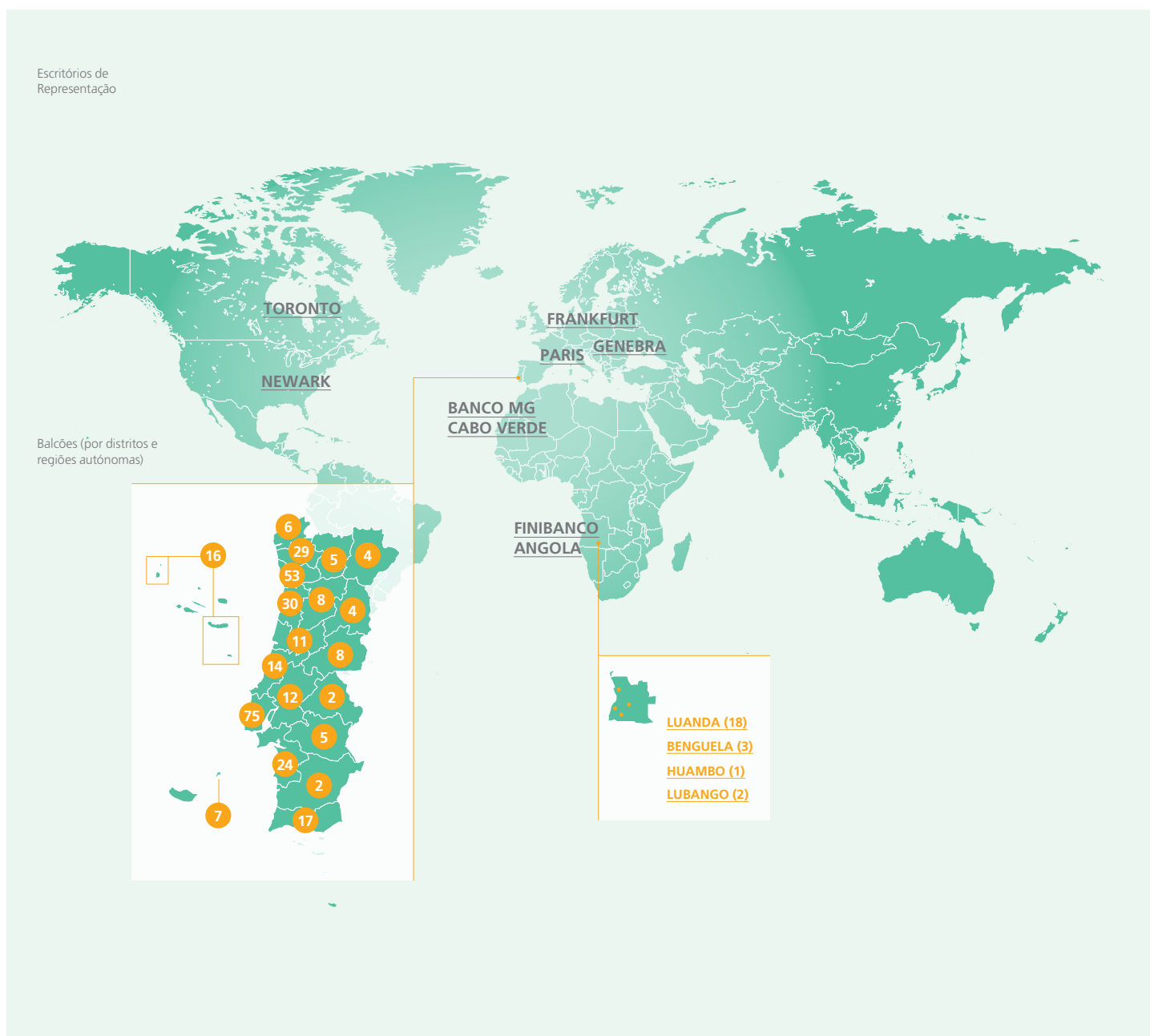


Distribuição geográfica da Rede de Gestores Mutualistas

## Banco Montepio

Em 31 de dezembro de 2019 o Banco Montepio detinha uma rede de 332 balcões em Portugal, dos quais 7 balcões de proximidade e conveniência e 2 Espaços Empresa do Banco BEM (Lisboa e Faro).

Na atividade internacional, a rede de distribuição do Finibanco Angola contava com um total de 24 balcões (incluindo 5 centros de empresas), em linha com o número registado no final de 2018. Em 31 de dezembro de 2019 o Banco Montepio manteve os 5 escritórios de representação (Frankfurt, Genebra, Paris, Newark e Toronto), que asseguram a presença do Banco Montepio junto de comunidades residentes no estrangeiro.



N.º de Balcões e Escritórios de Representação	2017	2018	2019
<b>Rede Doméstica</b>	324	324	332
<b>Dos quais: Balcões de proximidade</b>	0	0	7
<b>Dos quais: Espaços Empresa BEM</b>	0	0	2
<b>Rede Internacional</b>	34	24	24
<b>Finibanco Angola<sup>(a)</sup></b>	24	24	24
<b>Banco Terra<sup>(b)</sup></b>	10	0	0
<b>Escritórios de Representação</b>	5	5	5

(a) Inclui Centros de Empresas.

(b) A 31 de dezembro de 2018 o Banco Terra não integra o perímetro de consolidação do Grupo Banco Montepio.

## Lusitania

### Fortalecimento de alianças e parcerias

As novas exigências legais introduzidas pela nova Diretiva de Seguros, em 2019, resultaram numa redução do número de Mediadores a trabalhar com a Lusitania. Também no âmbito do Programa Origem, pilar de acolhimento e de desenvolvimento de novos parceiros de negócio, a entrada em vigor da nova Diretiva acabou por ter impactos contendo o seu crescimento.

Não obstante, a Lusitania fortaleceu as parcerias existentes, ao nível dos Agentes Loja, garantindo que o seu contributo para os resultados é cada vez mais efetivo. O canal bancário reforçou a sua posição em 2019 como distribuidor de seguros. A simplificação de processos e a aposta numa oferta direcionada para o Cliente bancário foram o suporte do desempenho positivo deste canal.

## Lusitania Vida

A Lusitania Vida iniciou a sua atividade em 20 de outubro de 1987 e foi pioneira em Portugal ao refletir nos seus resultados os custos e proveitos exclusivamente da atividade do Ramo Vida, mantendo, desde a sua origem, total transparência e independência de gestão. Deste modo enraizaram-se logo de início nos seus quadros, políticas de contenção de custos com a manutenção de um adequado e reduzido quadro de pessoal formado e fortemente motivado.

### Rede de mediadores de norte a sul do país 2019

**Mediadores, no final de 2019** 3 178

**Balcões Lusitania** 23

**Lojas de Agentes de Representação** 96

Em 1990, a composição acionista alterou-se significativamente com a aquisição de uma percentagem significativa do Capital Social por parte da Companhia Geral de Crédito Predial Português, com o que se iniciou a comercialização de seguros de Vida através dos balcões deste banco. Em 1995 o Grupo Totta, detentor do controlo da Companhia Geral de Crédito Predial Português, S.A., alienou ao Grupo Montepio Geral a sua posição na Lusitania Vida S.A., o qual assumiu uma posição de controlo que se mantém até ao presente.



## Futuro

A Futuro – Sociedade Gestora de Fundos de Pensões, S.A. foi constituída em 14 de janeiro de 1988, com o objetivo de realizar todas as operações de gestão e investimento relacionadas com os fundos de pensões.

Na sua génese estiveram prestigiadas instituições financeiras, entre as quais a Associação Mutualista Montepio.

A atual estrutura detém como principal acionista a Montepio Seguros SGPS, S.A..

A especialização e experiência na gestão de Fundos de Pensões, o dinamismo e a qualidade de serviço, são fatores de sucesso da Futuro, que no final do ano era responsável pela gestão de um volume de ativos de € 1 566 Milhões.

## Gestão de Activos

A Montepio Gestão de Activos – Sociedade Gestora de Fundos de Investimento, S.A. é uma sociedade anónima, com capital social de € 1 200 000, constituída em 17 de maio de 1991, com sede na Rua do Carmo, 42 – 7.º Sala D, em Lisboa.

O capital da Montepio Gestão de Activos é integralmente detido pelo Grupo Montepio, diretamente (99,856%) pela Associação Mutualista Montepio e indiretamente (0,144%) pelo Banco Montepio, Fundação Montepio, Lusitania e Lusitania Vida.

A Montepio Gestão de Activos encontra-se registada na CMVM (Comissão do Mercado de Valores Mobiliários), como intermediário financeiro autorizado, desde 6 de fevereiro de 1992. É supervisionada pela CMVM e pelo Banco de Portugal.

A Montepio Gestão de Activos presta serviços nas seguintes áreas:

- Gestão de fundos de investimento mobiliário (desde fevereiro de 1992);
- Gestão discricionária de carteiras por conta de outrem (desde julho de 2004) – esta atividade era anteriormente desenvolvida pela MG Patrimónios.

## Residências Montepio

A empresa Residências Montepio foi criada a pensar no bem-estar dos seus residentes, enquadrando-se na essência e natureza do Grupo Montepio. A empresa centra a sua atividade na gestão de centros residenciais que incluem residências geriátricas, residências assistidas, centros de dia e serviços pessoais ao domicílio. Em 2019, com a abertura da Residência Montepio Entrecampos, a empresa Residências Montepio passou a contar com 8 residências. Está previsto abrir uma nova residência em 2020 em Albergaria-a-Velha.

Residência Montepio Breiner (Porto)



Residência Montepio Breiner (Porto)



Residência Montepio Qta. da Romeira (Coimbra)



Residência Montepio Parede I e II (Cascais)



Residência Montepio Montijo



Residência Montepio Parque das Nações (Lisboa)



## Residências Montepio U Live

Atenta às preocupações atuais da sociedade portuguesa e em particular às necessidades de alojamento dos estudantes deslocados, a Associação Mutualista Montepio criou o projeto Montepio U Live - Residências para Estudantes, que disponibiliza alojamento universitário, de qualidade, no centro das grandes cidades, a preços compatíveis com o orçamento das famílias.

Existem atualmente 5 Residências Montepio U Live, 3 em Lisboa - Santos, Almirante Reis e 24 de julho - e 2 em Évora - Giraldo e Muralhas.

Com uma taxa de ocupação regular de 100%, a Residências Montepio U Live prevê reforçar a sua oferta, em setembro de 2020, com uma Residência no Porto, na Rua Júlio Dinis, e em setembro de 2021, aumentar a cobertura geográfica com a Residência de Braga, na Avenida Júlio Fragata, e ainda reforçar a oferta em Lisboa, na Praça João do Rio.

24 de julho



Almirante Reis

24 de julho



Ribeiro Santos

Almirante Reis



## Modelo de negócio

### Missão e Objetivos

A diferenciação mutualista do Grupo exprime-se através dos seus valores mutualistas, humanos, de partilha e de solidariedade, das finalidades, características e acessibilidade da oferta de produtos e serviços, orientada para a satisfação de necessidades sociais, de previdência e proteção, com componentes de natureza tangível e intangível, a nível cultural, formativo, em prol do bem-estar e da melhoria da qualidade de vida, do seu modelo de distribuição do valor gerado, da atenção às questões éticas nas práticas internas, da orientação conservadora dos investimentos, orientados para o médio e longo prazo e socialmente responsáveis, das relações humanas e do poder de decisão e de participação dos associados na escolha dos

seus representantes e na vida da Instituição, poder de agir por si e pelos outros de forma efetiva e solidária. Os valores e as características diferenciadoras do Grupo Montepio encontram-se em total afinidade com os princípios e objetivos de sustentabilidade em que a economia e a sociedade se deverão basear para projetar o seu desenvolvimento futuro. Esta sintonia encerra um potencial de projeção e crescimento do mutualismo que se pretende captar e valorizar com a estratégia definida. A estratégia definida na Associação Montepio assenta no crescimento sustentado da atividade associativa e mutualista, no aprofundamento das relações e da participação associativa, em paralelo com o desenvolvimento da oferta, otimização do funcionamento, modernização tecnológica e desenvolvimento do sistema de governo, em alinhamento com os novos requisitos do CAM. Está subjacente à estratégia o papel fundamental das empresas do Grupo, designadamente do Banco Montepio,



no reforço da diferenciação mutualista do Grupo e no fortalecimento da sua casa mãe, contribuindo para o desenvolvimento do setor da economia social. O Banco Montepio, sociedade anónima desde 2017, alterou os seus estatutos e conseqüente modelo de governo de forma a corresponder a um quadro de maior exigência regulamentar e concorrencial, mantendo-se vinculado aos valores essenciais da sua gênese, nomeadamente quanto ao importante papel que desempenha no contexto da Economia Social. Nesse sentido, o Banco Montepio afirma-se como uma instituição financeira única no panorama nacional pela sua origem e base mutualista e, conseqüentemente, pela sua vocação de Instituição de Poupança e de disponibilização de serviços financeiros universais para os clientes particulares, em todas as fases do seu ciclo de vida, para todos os clientes do setor empresarial e, com particular destaque, para as instituições da Economia Social e empreendedores sociais, de base local, regional e nacional.

O enquadramento social do Banco Montepio dá um particular destaque ao relacionamento interpessoal e a sua atividade funda-se na «banca de relação» entre pessoas, quer em termos de presença geográfica, quer através de canais à distância, com um posicionamento intergeracional e interclassista. O aprofundamento da relação de confiança com os clientes é o maior gerador de valor para o Banco e, conseqüentemente, para o grupo em que se insere. Por isso, a melhoria dos níveis de serviço, da eficiência e da adequação da oferta às necessidades de todos os clientes é a via a trilhar com determinação e persistência. Neste contexto, é fundamental a adaptação dos modelos de negócio com recurso à inovação tecnológica que permita combinar o aumento da eficiência com a preservação da relação personalizada com os clientes.

## Missão, Visão, Valores e Estratégia

### ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA MONTEPIO

#### Missão

- Garantir, observando os princípios da solidariedade, benefícios de segurança social e saúde aos associados e familiares e aos beneficiários por aqueles designados, através de modalidades individuais e coletivas;
- Contribuir para a resolução dos problemas habitacionais dos associados;
- Prosseguir outras formas de proteção social e gestão de equipamentos, serviços, obras sociais e outras atividades que visem o desenvolvimento cultural e qualidade de vida dos associados e familiares;
- Gerir regimes complementares de prestações garantidas pela Segurança Social e outras formas coletivas de proteção social.

#### Visão

- Permanecer a maior associação nacional, promotora e gestora de regimes complementares de Segurança Social, individuais e coletivos, de serviços e equipamentos sociais e de serviços da economia do bem-estar e da qualidade de vida, através de uma gestão dinâmica, prudente e ética;
- Garantir o respeito pelos valores mutualistas de solidariedade e participação associativa, elevados padrões de responsabilidade e sustentabilidade social e o desenvolvimento e consolidação da Economia Social e do Terceiro Setor em Portugal.

#### Valores

- Toda a atividade desenvolvida pela Associação Mutualista Montepio é orientada para a proteção social complementar solidária e voluntária – o Mutualismo – e alinhada por valores e princípios humanistas:
- Liberdade: a adesão à Associação Mutualista Montepio constitui um ato livre;
  - Igualdade: os associados participam na vida da Associação através do voto e são iguais em direitos e deveres;
  - Solidariedade: as necessidades de saúde e proteção social encontram resposta na ação integrada e solidária do conjunto dos cidadãos;
  - Responsabilidade: a Associação Mutualista Montepio defende uma Responsabilidade Social ativa e um futuro sustentado;
  - Autonomia: a Associação Mutualista Montepio, a maior associação mutualista do país, concretiza a capacidade de iniciativa e auto-organização dos cidadãos.

#### Estratégia

- As Linhas de Orientação Estratégica 2019-2021 definiram como orientações:
- Adaptação aos novos requisitos regulatórios;
  - Racionalização e otimização das participações e do funcionamento;
  - Criar valor mutualista;
  - Vincular os associados e aumentar as receitas;
  - Desenvolver a proposta de valor e a oferta mutualista;
  - Potenciar e diversificar os canais de relação associativa;
  - Aprofundar a transformação digital do MGAM.

## BANCO MONTEPIO

### Missão

O Banco Montepio é uma instituição financeira única no panorama nacional pela sua origem e base mutualista que tem como missão disponibilizar serviços financeiros universais para:

- Clientes particulares, em todas as fases do seu ciclo de vida;
- Todos os clientes do setor empresarial;
- Instituições da Economia Social e empreendedores sociais.

### 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.

### Valores

O Banco Montepio desenvolve a sua atividade centrada no bem-estar das famílias e das PME e no apoio ao setor da Economia Social, pautando a sua atuação pelos valores de:

- Confiança;
- Proximidade;
- Solidez;
- Transparência;
- Tradição;
- Inovação;
- Inclusão.

### Estratégia

As Linhas de Orientação Estratégica delineadas para o triénio 2016-2018 assentam em sete eixos principais:

- Recuperar o Produto Bancário *Core*;
- Redimensionar a plataforma operacional e melhorar a eficiência;
- Reforçar a Gestão do Risco;
- Gerir a Liquidez;
- Realizar a Gestão de Talentos;
- Adequar o Capital às necessidades de negócio;
- Consolidar o Modelo de Governo Corporativo.

## FUNDAÇÃO MONTEPIO

### Missão

Disseminação do ideal mutualista na sociedade.

### 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.

### Valores

- Solidariedade;
- Transparência;
- Proporcionalidade;
- Independência.

### Estratégia

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

- Promover respostas económicas e sociais e ambientais inovadoras e sustentáveis;
- Capacitação da Economia Social e promoção da cidadania ativa e da inovação social;
- Consolidação da intervenção em todo o território nacional através da cooperação com parceiros locais;
- Reforço do papel da Fundação como protagonista da Responsabilidade Social externa do Grupo.

## LUSITANIA

### Missão

Oferecer segurança de uma forma distinta.

### Visão

Seguradora portuguesa integrada no Grupo Montepio alicerçada em valores humanistas, parcerias sólidas e uma organização flexível, motivada, de elevada eficiência e qualidade, que visa alcançar os melhores níveis de rentabilidade e solvabilidade.

## LUSITANIA

### Valores

- Manutenção de elevados níveis de qualidade e eficiência;
- Promoção de uma política de aplicação de recursos;
- Adequada constituição de carteira de ativos para fazer face às responsabilidades assumidas;
- Incremento da quota de mercado;
- Valorização permanente de todos os colaboradores;
- Estímulo à Inovação;
- Alta qualidade e disponibilidade no serviço a prestar a segurados e clientes;
- Estrita observância das leis;
- Alicerçada em valores humanistas e parcerias sólidas.

### Estratégia

Vetores de atuação da estratégia para o triénio:

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

## LUSITANIA VIDA

### Missão

Oferecer Seguros de Vida e Operações de Capitalização aos Clientes Particulares do Montepio e complementarmente a outros Particulares através da Rede de Mediadores, no espaço nacional e junto das comunidades emigrantes.

### Visão

Seguradora portuguesa integrada no Grupo Montepio, 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.

### Valores

A Lusitania Vida respeita a legislação nacional e pauta a sua atuação pelos princípios de integridade e transparência, salvaguardando os devidos deveres de sigilo.

A Companhia promove a melhoria da qualidade de vida de todos aqueles com quem se relaciona, promovendo a correção, urbanidade, afabilidade e brio profissional nas suas relações, bem como o respeito pelos respetivos direitos, sensibilidades e diversidades.

A Lusitania Vida assegura a igualdade de oportunidades. Todas as suas políticas e procedimentos estão orientados no sentido de impedir a discriminação e o tratamento diferenciado, não permitindo qualquer forma de coação moral ou psicológica, nem comportamentos ofensivos da dignidade humana.

### Estratégia

- Consolidar a situação financeira garantindo um nível de solvência sustentável;
- Manter a rentabilidade, a produtividade e a eficiência em níveis elevados;
- Desenvolver a rede de agentes e aumentar a quota de mercado;
- Responder às necessidades crescentes dos consumidores com novos produtos;
- Adaptar a organização aos novos requisitos legais e prudenciais;
- Contribuir para a notoriedade e desempenho do Grupo Montepio.

## FUTURO

### Missão

Assegurar a proteção na reforma, disponibilizando produtos e serviços diversificados e inovadores que excedam as expectativas de Clientes individuais e institucionais e que ofereçam a máxima rentabilidade de acordo com o perfil de risco selecionado, tendo subjacente uma política de melhoria no desempenho da organização.

### Visão

Ser uma das líderes no mercado de gestão de Fundos de Pensões, em Portugal, reconhecida, enquanto empresa do Grupo Montepio, pela inovação e qualidade que imprime aos seus serviços, por uma gestão prudente e confiável e pelo seu papel ativo na dinamização do mercado da poupança para a reforma.

## FUTURO

### Valores

**ESPÍRITO DE EQUIPA** - Fazemos parte de uma equipa que possui valores e objetivos comuns, pelo que, só através do apoio e motivação mútua, nos podemos assumir como parceiro credível perante os nossos Clientes.

**INOVAÇÃO** - Antecipamos as necessidades e expectativas dos nossos Clientes, através do desenvolvimento de novos produtos e de novas metodologias de trabalho, adaptando-nos continuamente à evolução dos mercados financeiros, do enquadramento legislativo e das novas tecnologias.

**ORIENTAÇÃO PARA O CLIENTE** - Os nossos Clientes merecem o nosso melhor esforço, razão pela qual mantemos uma atitude sempre virada para o Cliente, cumprindo os compromissos assumidos, disponibilizando todos os serviços que tenham enquadramento legal dentro da nossa área de atividade, tendo em vista a maximização da rendibilidade dos fundos que nos estão confiados.

**ORIENTAÇÃO PARA OS RESULTADOS** - Asseguramos o comprometimento de todos os Colaboradores na prossecução dos objetivos da Futuro em geral e Objetivos do Sistema Integrado de Gestão, em particular, por forma a corresponder à expectativa de resultados definida pela gestão, salvaguardando a solidez financeira da Empresa.

**SEGURANÇA E CREDIBILIDADE** - Atuamos de forma consistente, com integridade e profissionalismo, e sempre regendo-nos por princípios éticos, dando primazia à segurança e credibilidade da nossa atuação no mercado, de forma a salvaguardar e a projetar a imagem da Futuro no exterior.

**REALIZAÇÃO DAS PESSOAS** - Reconhecemos a necessidade de realização das pessoas na nossa Empresa, valorizando a sua formação promovendo o desenvolvimento pessoal e profissional, e privilegiando a autonomia com responsabilidade.

**RIGOR NA INFORMAÇÃO** - O rigor na informação não é um objetivo, mas sim um percurso. Desta forma, asseguramos o fornecimento de informação precisa, detalhada e relevante sobre todos os aspetos da gestão dos Fundos.

**GESTÃO DE RISCOS** - Mantemos uma cultura de orientação para o controlo e mitigação do risco com repercussão em toda a estrutura organizacional da entidade gestora e com especial incidência ao nível das responsabilidades do órgão de administração e dos diretores de topo, estabelecendo os princípios que devem nortear a definição das políticas, dos procedimentos e dos respetivos controlos.

**MELHORIA** - Asseguramos o cumprimento dos requisitos contidos na Norma ISO 9001, na Norma N.º 8/2009-R, nas Normas GIPS e demais regulamentação e legislação que norteia a atividade de Fundos de Pensões, promovendo a melhoria contínua dos produtos e serviços, processos e do desempenho do Sistema Integrado de Gestão, contribuindo para ir ao encontro da visão da Futuro.

### Estratégia

- Promover ações que assegurem ganhos de quota de mercado e consequentemente a posição de liderança no mercado de gestão de Fundos de Pensões;
- Ser reconhecida pelos Clientes e público em geral, como entidade de renome na atividade de gestão de Fundos de Pensões, pela qualidade que imprime aos Produtos/Serviços disponibilizados;
- Obter um bom retorno financeiro para os Clientes e Acionistas, dos valores que são confiados à sua gestão;
- Reforçar a cultura de orientação para o controlo e mitigação do risco;
- Diversificar a oferta de produtos e serviços, cobrindo toda a gama de produtos destinados a soluções para complemento de poupança para a reforma;
- Promover o desenvolvimento de Pessoal, fomentando uma cultura de valorização de competências.

## MONTEPIO GESTÃO DE ACTIVOS

### Missão

Desenvolver a atividade de gestão de ativos, para clientes particulares e institucionais, através de instrumentos genéricos (fundos de investimento) ou específicos (gestão à medida do cliente), no âmbito do Grupo Montepio, com o objetivo de alargar o leque de produtos / serviços oferecidos aos seus clientes.

### Visão

Atingir uma quota de mercado em ativos sob gestão correspondente à quota do Grupo Montepio na atividade bancária.

### Valores

A Montepio Gestão de Activos comunga dos valores do seu principal acionista – Associação Mutualista Montepio – prossequindo a sua atividade orientada para a geração de resultados que remunerem adequadamente o acionista e, por essa via, contribuir para a concretização da missão deste.

### Estratégia

- Desenvolver a atividade de gestão de ativos, para clientes particulares e institucionais, através de instrumentos genéricos, os Fundos de Investimento, ou específicos, a Gestão de Carteiras, no âmbito do Grupo Montepio, com o objetivo de alargar o leque de produtos / serviços oferecidos aos clientes do Montepio;
- Crescimento do negócio de gestão de carteiras de institucionais via aprofundamento da colaboração com o Grupo/Entidades da Economia Social;
- Desenvolvimento de capacidades internas com vista à comercialização dos fundos de investimento junto de clientes fora do âmbito do Grupo.

## RESIDÊNCIAS MONTEPIO

### Missão

Satisfazer as necessidades de apoio e assistência de pessoas em fase de reabilitação, séniiores e/ou debilitadas, disponibilizando uma oferta de serviços multifacetada e de elevada qualidade, quer em instalações próprias (residências assistidas, centros de dia e unidades de cuidados continuados) quer nos seus domicílios (apoio domiciliário e teleassistência).

### Visão

Como operador de referência, a empresa Residências Montepio ambiciona alargar a sua implantação, reforçando o posicionamento já conquistado.

A empresa Residências Montepio está comprometida com elevados níveis de qualidade de serviço, boas práticas de relacionamento e cuidada atenção com os nossos residentes e familiares.

Queremos ser:

- Uma empresa de sucesso e cumpridora, uma marca e uma imagem reconhecida e respeitada por todos;
- Uma referência e um exemplo de boas práticas no mercado;
- Um valor acrescido na imagem, missão e valores do Grupo Montepio.

### Valores

No desenvolvimento da nossa atividade assumimos o compromisso de submeter os nossos comportamentos e decisões ao absoluto respeito de valores e princípios éticos que queremos integrantes da nossa cultura de empresa:

- Absoluto respeito pela individualidade própria de cada um dos nossos residentes, utentes e restantes *stakeholders*;
- Profissionalismo, responsabilidade e rigor na prestação de serviços e em todos os relacionamentos com residentes e respetivos familiares, utentes, fornecedores, colaboradores, entidades oficiais;
- Inovação e melhoria contínua com vista ao permanente aperfeiçoamento dos serviços prestados aos nossos residentes e utentes e do valor criado para a sociedade e os nossos acionistas;
- Atitude positiva e talento, estamos focados nos resultados positivos e acolhemos com entusiasmo a contribuição dos melhores profissionais, promovendo o seu desenvolvimento;
- Responsabilidade social fomentando as boas práticas ambientais, promovendo princípios de equidade e de solidariedade sempre que possamos acrescentar valor pela nossa intervenção;
- Igualdade e não discriminação por diferenças de género, religião, políticas, sociais ou outras.

### Estratégia

Linhas de Orientação Estratégica:

- Reforço da posição de liderança de mercado, mediante diversificação e aumento da oferta em adequação às necessidades do mercado, e manutenção dos níveis de qualidade de serviço;
- Reforço de uma cultura organizacional assente no primado da ética, cooperação e eficiência/eficácia.

## RESIDÊNCIAS MONTEPIO U LIVE

### Missão

Disponibilizar alojamento universitário de qualidade, no centro das grandes cidades, a preços moderados.

### Visão

As residências visam conjugar privacidade e autonomia com convivência e partilha de espaços com estudantes da mesma faixa etária, procurando inculcá-los no dia-a-dia que, mais do que um mero conceito teórico, o mutualismo é uma forma de estar e viver em sociedade, simultaneamente autónoma, responsável e solidária.

### Valores

Alinhadas com as orientações estratégicas da Associação Mutualista Montepio, as Residências Montepio U Live são a prova viva de que os princípios do mutualismo: a autonomia, a liberdade, a responsabilidade, a democraticidade, a igualdade e a solidariedade são valores modernos e vanguardistas. Valores fundamentais para o desenvolvimento sustentável do planeta e para a realização humana das gerações futuras.

### Estratégia

Alinhada com os valores mutualistas e enquadrada nas orientações estratégicas da Associação Mutualista Montepio, esta participada visa:

- Criar um ambiente calmo, confortável e seguro, que propicie o estudo e contribua para o sucesso académico e para o desenvolvimento pessoal dos estudantes;
- Rentabilizar património imobiliário da Associação Mutualista Montepio, à qual as Residências Montepio U Live pagam uma renda pelas instalações ocupadas pelas Residências;
- Assegurar a rentabilidade e a sustentabilidade de cada uma das Residências de *per si* e reaplicar e/ou transferir os lucros anuais para a casa-mãe, contribuindo desta forma para a prossecução dos objetivos do Grupo Montepio.

# 461

Fornecedores  
(Associação Mutualista Montepio,  
Banco Montepio e Fundação  
Montepio)

# 95%

Fornecedores locais  
(Associação Mutualista Montepio,  
Banco Montepio e Fundação  
Montepio)

## Cadeia de Fornecedores

O Grupo Montepio dispõe de uma Central de Compras, que tem como missão “Centralizar o processo de compras do Grupo, assumindo-se neste âmbito, como área interlocutora no relacionamento e negociação com fornecedores, potenciando sinergias e procurando racionalizar e minimizar custos na aquisição de bens e serviços”. Com efeito, cabe à Central de Compras desenvolver uma política de aquisição de bens e serviços, comum a todas as entidades que integram o Grupo Montepio, assegurando a satisfação das necessidades das unidades requisitantes, e o cumprimento a padrões fiáveis de qualidade, na relação custo/benefício. Através da Central de Compras, o Grupo subcontrata diversos serviços essenciais no sucesso das atividades do Grupo. Em 2019, a Central de Compras do Grupo estabeleceu interações com um total de 461 fornecedores (324 em 2018, o que representa um aumento de 42%).

Uma das prioridades do Grupo neste âmbito é a seleção de fornecedores nacionais, com o objetivo de desenvolver a economia local e nacional. Em 2019, 95% dos fornecedores selecionados pelo Grupo foram nacionais, contribuindo, desta forma, para a criação de emprego indireto.

A gestão de fornecedores, no Grupo Montepio, abrange todas as etapas do ciclo de vida das contratações, desde a homologação dos potenciais fornecedores e contratação e à avaliação após conclusão do fornecimento de produtos ou serviços. Em 2018, foi desenvolvido um questionário para fornecedores com critérios de sustentabilidade, encontrando-se este questionário em fase de aprovação. Contudo faz parte da rotina diária da Central de Compras a inclusão de critérios nas consultas ao mercado que espoleta que fomentem a sustentabilidade, sempre que possível.

HOMOLOGAÇÃO

REQUISIÇÃO

CONSULTA  
AO MERCADO

ANÁLISE  
DE PROPOSTAS

NEGOCIAÇÃO

ADJUDICAÇÃO

GESTÃO  
DO CONTRATO

AVALIAÇÃO  
DE FORNECEDORES

### QUESTIONÁRIO

Questionário de qualificação e análise das respostas fornecidas.

### CRITÉRIOS NA AQUISIÇÃO DE PRODUTOS

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

### COLABORAÇÃO

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

### CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES

- 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.

## Código de Conduta para fornecedores

O Código de Conduta para fornecedores, a aplicar no Grupo Montepio de modo a garantir a coerência entre as práticas dos fornecedores do mesmo, foi desenhado de forma a ser aplicado a todos os fornecedores que mantenham relações com o Grupo Montepio, sejam novas aquisições ou de renovações, encontrando-se o mesmo em fase de implementação em simultâneo com a implementação de uma aplicação informática de apoio às atividades da Central de Compras. A Central de Compras mantém-se atenta ao mercado de modo a acompanhar o desempenho dos seus fornecedores em termos de Ética e Integridade no negócio, cumprimento de Regras Sociais e Laborais, mas também a implementação de procedimentos de gestão ambiental.



# ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



contribuimos para o bem-estar  
de todos na comunidade

# ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

## Estratégia de Responsabilidade Social 2019 - 2021

Em 2019, face à Matriz de Materialidade resultante da auscultação externa e interna, o Grupo Montepio atualizou a Estratégia de Sustentabilidade para o horizonte 2019-2021, mas manteve os quatro eixos de atuação que são comuns às três principais entidades (Associação Mutualista Montepio, Banco Montepio e Fundação Montepio).

À semelhança do que tem realizado desde 2016, para cada eixo, o Grupo Montepio definiu objetivos estratégicos, ações a desenvolver, KPI (*Key Performance Indicator*) e metas a alcançar, procedendo à sua monitorização, ou seja, acompanhando o seu desempenho em relação às metas definidas.

Nos quadros seguintes apresentam-se os objetivos estratégicos e as ações que os concretizam, bem como a correspondência entre estes e os ODS (segundo quadro).

### Promover a consolidação da sustentabilidade económica e da responsabilidade social do Grupo Montepio e a infunçibilidade da sua marca.

Objetivos:

1. Garantir a definição de uma política de sustentabilidade em cada entidade do Grupo delimitada à luz da presente estratégia;
2. Promover o desenvolvimento da Associação Mutualista Montepio como uma das maiores mutualidades da Europa e como uma das entidades associativas de referência da economia social;
3. Afirmar o Banco Montepio como estrutura da banca ética
4. Posicionar o Banco Montepio como o banco da economia social;
5. Consolidar o papel da Fundação como parceira e financiadora social relevante;
6. Assegurar a integração da sustentabilidade na relação estabelecida entre o Grupo Montepio e os seus *stakeholders*.

Objetivos:

16. Reduzir e repor a pegada ecológica;
17. Criar produtos amigos do ambiente;
18. Sensibilizar todos os *stakeholders* para o cumprimento das medidas de proteção ambiental definidas;
19. Envolver os colaboradores na implementação de Boas Práticas;
20. Valorizar, explicitamente, a dimensão ambiental na apreciação das operações de negócio.

### Definir e implementar uma política de sustentabilidade ambiental

### Manter e reforçar a humanização das relações entre o Grupo Montepio e os seus diversos stakeholders.

Objetivos:

7. Garantir a gestão integrada do capital humano;
8. Intensificar a relação com os associados;
9. Reforçar a relação com os clientes;
10. Implementar uma perspetiva de inclusão interna e externa, respeito pela diversidade e desenho universal.

Objetivos:

11. Reforçar as relações e a rentabilização de sinergias no seio do Grupo;
12. Desenvolver uma cartografia de recursos externos e estimular a sua convergência;
13. Alargar a capilaridade e focalização da intervenção;
14. Fortalecer as redes de parceria internas e externas e a promoção do tecido empresarial e da economia social;
15. Adotar uma política de exigência de cumprimento de critérios de sustentabilidade relativamente aos fornecedores.

### Promover a cooperação e a parceria entre os diversos setores económicos e promover uma política ética de gestão de fornecedores, em prol do desenvolvimento sustentável do país.





**OBJETIVOS / ÁREAS DE ATUAÇÃO**

**A. AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE**

**1. Garantir a definição de uma política de sustentabilidade em cada entidade do Grupo delineada à luz da presente estratégia**

- Adoção de uma perspetiva de Grupo em matéria de desenvolvimento sustentável, afirmação da marca, seus atributos e envolvimento com a comunidade

**2. Promover o desenvolvimento da Associação Mutualista Montepio como uma das maiores mutualidades da Europa e como uma das entidades associativas de referência da economia social**

- Reforço da intervenção da Associação Montepio 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
- Afirmação da marca, seus atributos e envolvimento com a comunidade
- Desenvolvimento e implementação de estratégias de comunicação orientadas à afirmação da marca e dos valores mutualistas, assim como à filiação associativa
- Conquista do espaço da proteção social complementar

**3. Afirmar o Banco Montepio 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
- Oferta de produtos com preocupações sociais e indutores de práticas de responsabilidade social nos clientes
- Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira para crianças e para adultos

**4. Posicionar o Banco Montepio como o banco da economia social**

- Alargamento da penetração do mercado de economia social e clara diferenciação de produtos bancários e seguradores para esta área

**5. Consolidar o papel da Fundação como parceira e financiadora social relevante**

- Assunção das funções de parceiro e investidor social

**6. Assegurar a integração da sustentabilidade entre o Grupo Montepio e os seus stakeholders**

- Investimento na divulgação e formação dos diversos *stakeholders* no domínio mutualista e na área da responsabilidade social

**B. FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS**

**7. Manter e reforçar a humanização das relações entre o Grupo Montepio e as suas diversas partes interessadas (stakeholders)**

- Garantir a gestão integrada do capital humano
- Intensificar a relação com os associados
- Reforçar a relação com os clientes
- Implementar uma perspetiva de inclusão interna e externa, respeito pela diversidade e desenho universal



**OBJETIVOS / ÁREAS DE ATUAÇÃO**

**C. COOPERAÇÃO, PARCERIA E CADEIA DE VALOR**

**8. Reforçar as relações e a rentabilização de sinergias dentro do Grupo**

- Programa de Voluntariado do Grupo Montepio
- Desenvolvimento de iniciativas e projetos de responsabilidade social com outras empresas do Grupo no âmbito do Comité
- Iniciativas orientadas ao aumento do número de admissões e subscrições mutualistas através da rede do Banco Montepio
- Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Residências Montepio – Serviços de Saúde
- Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Montepio Residências para Estudantes
- Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Lusitania - Companhia de Seguros



**9. Desenvolver uma cartografia de recursos externos e estimular a sua convergência**

- Identificação das boas práticas na economia social



**10. Alargar a capilaridade e focalização da intervenção**

- Revisão atualista da intervenção com ganhos de eficiência a partir da rentabilização de recursos
- Capacitação das entidades da economia social
- Visibilidade das entidades da economia social
- Projetos apoiados em parceria com outros investidores sociais



**11. Fortalecer as redes de parceria internas e externas e promoção do tecido empresarial e da economia social**

- Protocolos de colaboração e parcerias comerciais para promoção do tecido empresarial e da economia social
- Promover a participação do Banco Montepio em iniciativas que reconheçam a sustentabilidade das empresas
- Promover uma campanha de recolha de resíduos com a ERP Portugal
- Alargamento e consolidação das parcerias com entidades congéneres



**12. Adotar uma política de exigência de cumprimento de critérios de sustentabilidade relativamente aos fornecedores**

- Implementação de código de conduta nas relações comerciais



**OBJETIVOS / ÁREAS DE ATUAÇÃO**

**D. PROMOÇÃO AMBIENTAL**

**13. Reduzir a pegada ecológica**

- Desmaterialização de comunicação
- Medição da pegada ecológica
- Medição da pegada carbónica da Associação Mutualista Montepio e do Banco Montepio
- Prática generalizada do processo de reciclagem de plástico e papel
- Locais de trabalho com recolha seletiva de resíduos
- Iniciativas orientadas à compensação da pegada ecológica
- Desmaterialização e digitalização de processos (admissão e subscrição de modalidades)
- Implementação de medidas de redução de combustíveis



**14. Criar produtos amigos do ambiente**

- Oferta de produtos indutores de boas práticas ambientais



**15. Sensibilizar todos os stakeholders para o cumprimento das medidas de proteção ambiental definidas**

- Promover a comunicação de produtos/ serviços/ iniciativas orientadas para a área da sustentabilidade ambiental
- Criação de conteúdos, em suporte digital, orientados à sensibilização ao tema sustentabilidade ambiental
- Criação de conteúdos, em suporte impresso, orientados à sensibilização ao tema sustentabilidade ambiental
- Veiculação de notícias, através dos media, orientados à comunicação da política ambiental do Grupo



**16. Envolver os colaboradores na implementação de Boas Práticas**

- Formação sobre Desenvolvimento Sustentável
- Criação de conteúdos orientados ao público interno e ao objetivo de comunicação da política de sustentabilidade
- Desenvolvimento de projeto de redução de consumos de material plástico de utilização única, mediante substituição por soluções sustentáveis



**17. Valorizar, explicitamente, a dimensão ambiental na apreciação das operações de negócio**

- Priorização de projetos validados ambientalmente e indeferimento de projetos tóxicos
- Beneficiação de clientes com práticas reconhecidamente sustentáveis



## Alinhamento da Estratégia de Responsabilidade Social com os ODS

Como referenciado no capítulo deste documento que descreve os compromissos subscritos pelas entidades do Grupo Montepio que estão a integrar este reporte, a Fundação Montepio integra a Aliança ODS Portugal e dá

cumprimento às suas orientações, designadamente quando no Grupo Montepio, os ODS moldam o Modelo de Negócio e a atuação.

### 17 pilares para um futuro sustentável

A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas integra os 17 ODS que foram aprovados pelos líderes mundiais na assembleia geral das Nações Unidas, realizada a 25 de setembro de 2015.

Os ODS constituem um novo modelo global para acabar com a pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar de todos, proteger o ambiente e combater as alterações climáticas e marcam o roteiro a seguir nas prioridades de gestão de sustentabilidade para os próximos anos.

Para serem concretizados, estes objetivos exigem o compromisso e o empenho de todos e de cada um de nós: cidadãos, sociedade civil, empresas e governos.



O Grupo Montepio trabalha em conjunto com todos os seus *stakeholders*, com um objetivo claro: promover o emprego digno e o crescimento económico, assegurar a redução das desigualdades e garantir o consumo responsável. De igual forma, assenta a sua atuação no desenvolvimento da sociedade e estabelece parcerias com várias entidades de forma a assegurar um caminho conjunto para o desenvolvimento sustentável, sem esquecer o caminho no sentido de uma economia de baixo carbono, com uma menor pegada ecológica.

O Grupo Montepio olha para os 17 ODS como um conjunto integrado de objetivos de crucial importância para um futuro sustentável. Porém, quando enquadrados no setor no qual o Grupo atua e face à atividade concreta que desenvolve, estes objetivos assumem preponderâncias distintas.

Com efeito, com vista à identificação dos ODS para os quais o Grupo Montepio, nomeadamente a Associação Montepio, o Banco Montepio, a Fundação Montepio e a Lusitania, tende e pretende atribuir maior contributo, foi feita uma consulta a *stakeholders*, bem como uma análise das principais tendências globais do setor. Alicerçado na definição da Matriz de Materialidade como ponto de referência, foram endereçadas as expectativas dos *stakeholders* face aos ODS e, posteriormente, foi consultada documentação de entidades de referência que permitiu recolher diferentes visões face ao seu potencial contributo para os ODS. Esta reflexão permitiu identificar quais são os ODS materiais para o Grupo Montepio, apresentados de seguida. De igual forma, foram identificadas metas com as quais o Grupo se compromete, bem como, foram identificados indicadores-chave que permitem acompanhar o progresso do Grupo Montepio face às metas, para cada ODS material.

**Meta 16.6: Desenvolver instituições eficazes, responsáveis e transparentes em todos os níveis**

**16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis:**

O Grupo Montepio assume-se como uma instituição responsável e inclusiva que promove uma sociedade pacífica e inclusiva.

5 Iniciativas e projetos de responsabilidade social com outras empresas do Grupo

Lançamento da **bolsa de voluntariado/mentores** e espaços de *coworking*

Lançamento da **plataforma social/empresarial**

**Meta 17.14: Aumentar a coerência das políticas para o desenvolvimento sustentável**

**17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar parcerias globais para o desenvolvimento sustentável:** O Grupo Montepio esforça-se no sentido de estabelecer parcerias que contribuem para o desenvolvimento sustentável.

6 Novas parcerias

1 206 Parcerias em vigor

**Meta 12.8: Até 2030, garantir que todas as pessoas tenham informação relevante e consciência para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza**

**12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis:** O Grupo Montepio assegura compras responsáveis, assentes nas 3 bases da sustentabilidade: social, económica e ambiental.

2 Ação presencial de Educação Financeira

29 Newsletters enviadas a clientes

**Meta 10.2 Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, económica e política de todos, independentemente da idade, género, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição económica ou outra**

**10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles:** O Grupo Montepio contribui para a redução das desigualdades em Portugal, nomeadamente através do trabalho levado a cabo pela Fundação Montepio.

70 Projetos apoiados pela Fundação que beneficiam as comunidades, 8 dos quais em parceria com outros investidores sociais

1 057 milhares de euros Apoios concedidos pela Fundação

553 540 euros Montante para projeto próprio da Fundação "Frota Solidária"

301 805 euros Montante para o projeto próprio da Fundação: FACES

15 Boas práticas na Economia Social identificadas e acompanhadas



**Meta 5.1**

**Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas, em toda a parte**

**5. Igualdade de Género:** O Grupo Montepio esforça-se por garantir a igualdade de género e empoderar todas as mulheres. A adesão ao Fórum iGen, em 2017, veio reforçar o interesse e o compromisso do Banco Montepio com a temática da Igualdade de Género.

53% de colaboradores do género feminino no Banco Montepio

Iniciativas que privilegiam uma **representação mais equilibrada do género, a promoção de igualdade de oportunidades e a formação e reforço da conciliação trabalho/família**

**Meta 8.3: Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem atividades produtivas, criação de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e que incentivem a formalização e crescimento de micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros**

**8. Trabalho digno e crescimento económico:** O Grupo Montepio contribui para o desenvolvimento do país fomentando o crescimento económico.

65 567 euros Apoio a startups da Economia Social

2 078 449 euros Montante de microcrédito concedido

175 Empregos criados - microcrédito

**Meta 7.2: Até 2030, aumentar substancialmente a participação de energias renováveis na matriz energética global**

**7. Energias renováveis e acessíveis:** O Grupo Montepio está focado na desmaterialização de processos, de forma a reduzir a sua pegada ecológica. De igual forma, o Grupo tem o objetivo de, em 2022, toda a sua frota - 696 viaturas - ser elétrica, entre motores híbridos *plug-in* e 100% elétricos.

583 030 Clientes com documentação digital

3 Produtos indutores da adesão ao serviço de documentação digital

## Órgãos sociais

Atendendo à natureza da atividade e especificidades setoriais de cada entidade que integra o Grupo Montepio - Associação Montepio, Banco Montepio, Fundação Montepio, Lusitania, Lusitania Vida, Futuro, Gestão de Activos, Residências Montepio e Residências Montepio U Live - os modelos de governo interno das nove participadas são distintos.

### Associação Mutualista Montepio

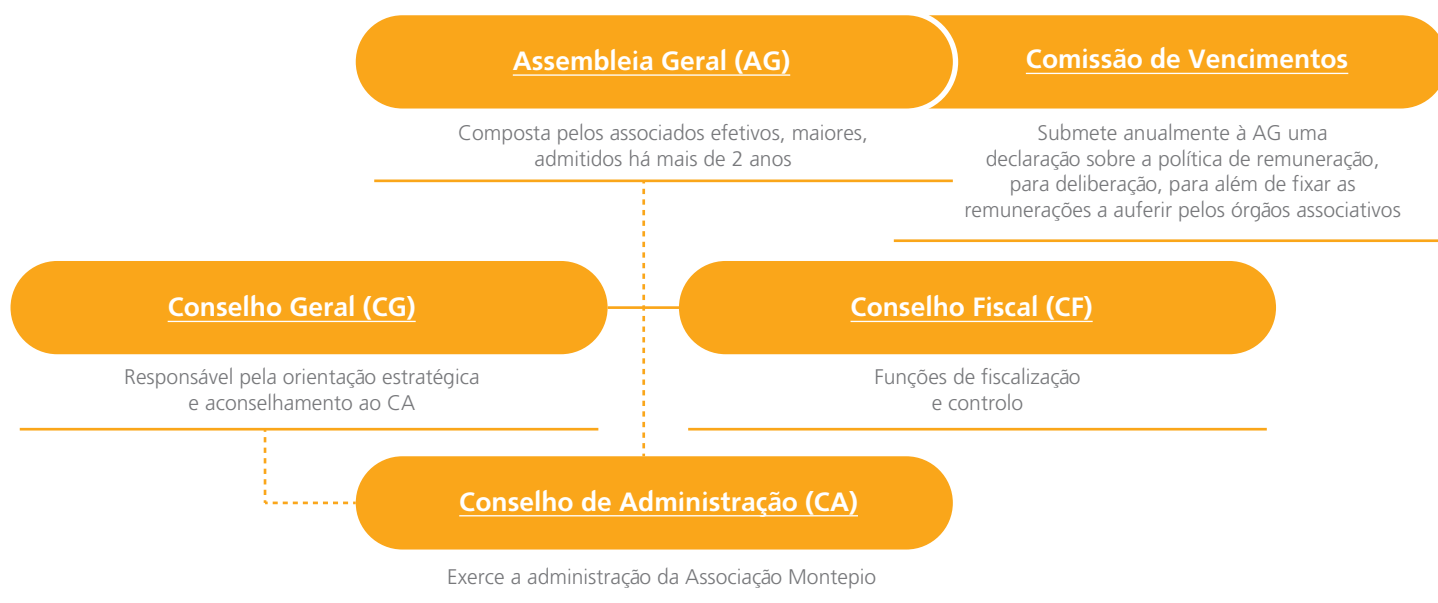
A 2 de setembro de 2018, entrou em vigor o novo Código das Associações Mutualistas (CAM) - anexo ao Decreto-Lei n.º 59/2018, que define novos requisitos para as associações mutualistas de maior dimensão económica e que sejam indicadas em despacho ministerial específico, no qual se enquadra a Associação Montepio. Estas associações ficam abrangidas por novos requisitos de governo e um

novo regime de supervisão, a aplicar pela ASF – Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, sujeito a um regime transitório de 12 anos.

Neste sentido, a Associação Montepio tem vindo a desenvolver um trabalho interno, de diagnóstico e de preparação, para dar resposta a estes novos requisitos, nomeadamente a nível do sistema organizacional e das funções de controlo interno.

Em 2019, verificou-se a aprovação da alteração dos Estatutos do Montepio Geral Associação Mutualista, na sessão de 4 de novembro de 2019 da Assembleia Geral de Associados, sendo os mesmos, no seguimento, submetidos a aprovação da tutela. Das alterações estatutárias, destaca-se a criação de uma Assembleia de Representantes como Órgão Associativo e a extinção do Conselho Geral.

A 7 dezembro 2018, a Assembleia Geral eleitoral elegeu os atuais membros dos órgãos associativos para o mandato 2019-2021, que iniciaram funções a 3 de janeiro de 2019.



### Banco Montepio

A estrutura da administração e fiscalização do Banco Montepio corresponde à modalidade prevista na alínea b) do n.º 1 do artº 278º do Código das Sociedades Comerciais com um Conselho de Administração que inclui a Comissão de Auditoria (eleita em Assembleia Geral de entre os membros não executivos) e um Revisor Oficial de Contas. Compete ao Conselho de Administração deliberar sobre qualquer assunto de administração da sociedade, podendo encarregar especialmente algum ou alguns administradores de se ocuparem de certas matérias de administração, estando autorizado pelos estatutos a criar comités e

comissões que entenda necessários para o exercício das suas funções e a delegar num ou mais administradores ou numa comissão executiva a gestão corrente da sociedade.

O Conselho de Administração do Banco Montepio criou Comissões internas, compostas apenas por administradores não executivos, na maioria com estatuto de independentes, incluindo os respetivos Presidentes, como a Comissão de Riscos, a Comissão de Remunerações, Nomeações e Avaliações, que exerce as funções atribuídas ao Comité de Nomeações e ao Comité de Remunerações previstos no Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras e a Comissão de Governo Societário, Ética e Sustentabilidade.

A Comissão de Auditoria, eleita em Assembleia Geral, fiscaliza a administração da Sociedade, supervisiona as atividades de auditoria, o processo de preparação e divulgação de informação financeira, a eficácia dos sistemas de controlo interno, de gestão de risco, de controlo do cumprimento (“compliance”) e a atividade e a independência do revisor oficial de contas e do auditor externo.

No website da Instituição - [www.bancomontepio.pt](http://www.bancomontepio.pt) - pode ser consultada toda a informação geral societária do Banco Montepio, entre outros, os Estatutos, os Regulamentos do Conselho de Administração, da Comissão de Auditoria, da Comissão Executiva e das restantes Comissões, bem como as Políticas, Regulamentos diversos e Código e Norma de Conduta.

## **Fundação Montepio**

A Fundação Montepio é regida por Estatutos próprios, estruturados em 4 temas específicos: Natureza, Sede, Missão, Valores e Fins;

- Natureza, Sede, Missão, Valores e Fins;
- Património e Receitas;
- Órgãos Diretivos e sua Representação;
- Modificação dos Estatutos, Integração, Transformação, Extinção, Liquidação e Disposição transitória.

### **Conselho de Curadores**

Composto pelos membros do CA e CF e por pessoas de reconhecido mérito na área de intervenção da Fundação Montepio

### **Conselho de Administração (CA)**

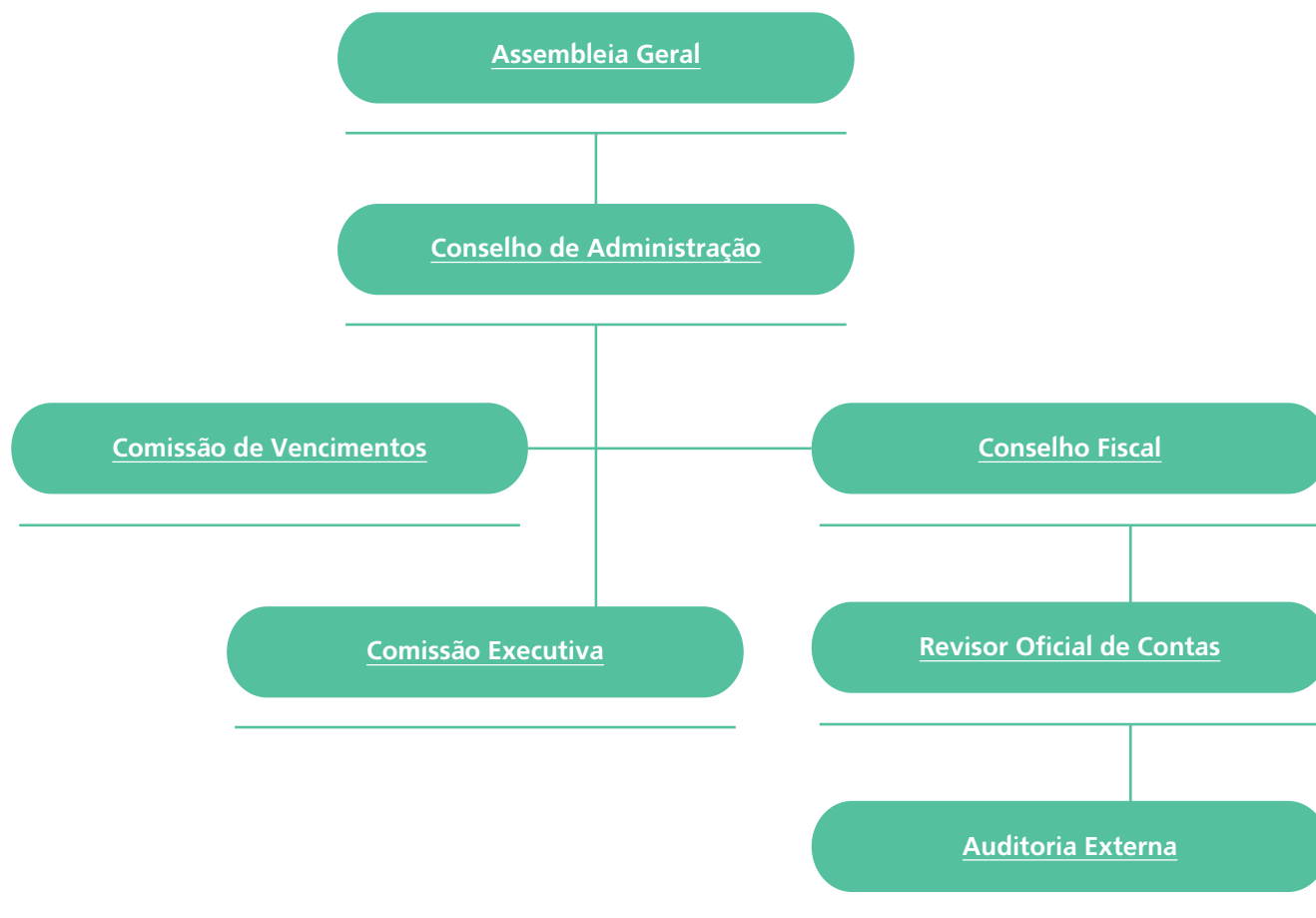
Exerce a administração da Fundação Montepio  
Reúne ordinariamente uma vez por mês

### **Conselho Fiscal (CF)**

Funções  
de fiscalização

## Lusitania

Nos termos estatutários, a gestão da Sociedade é assegurada por um Conselho de Administração composto por três a sete membros eleitos quadrienalmente, sendo permitida a sua reeleição.



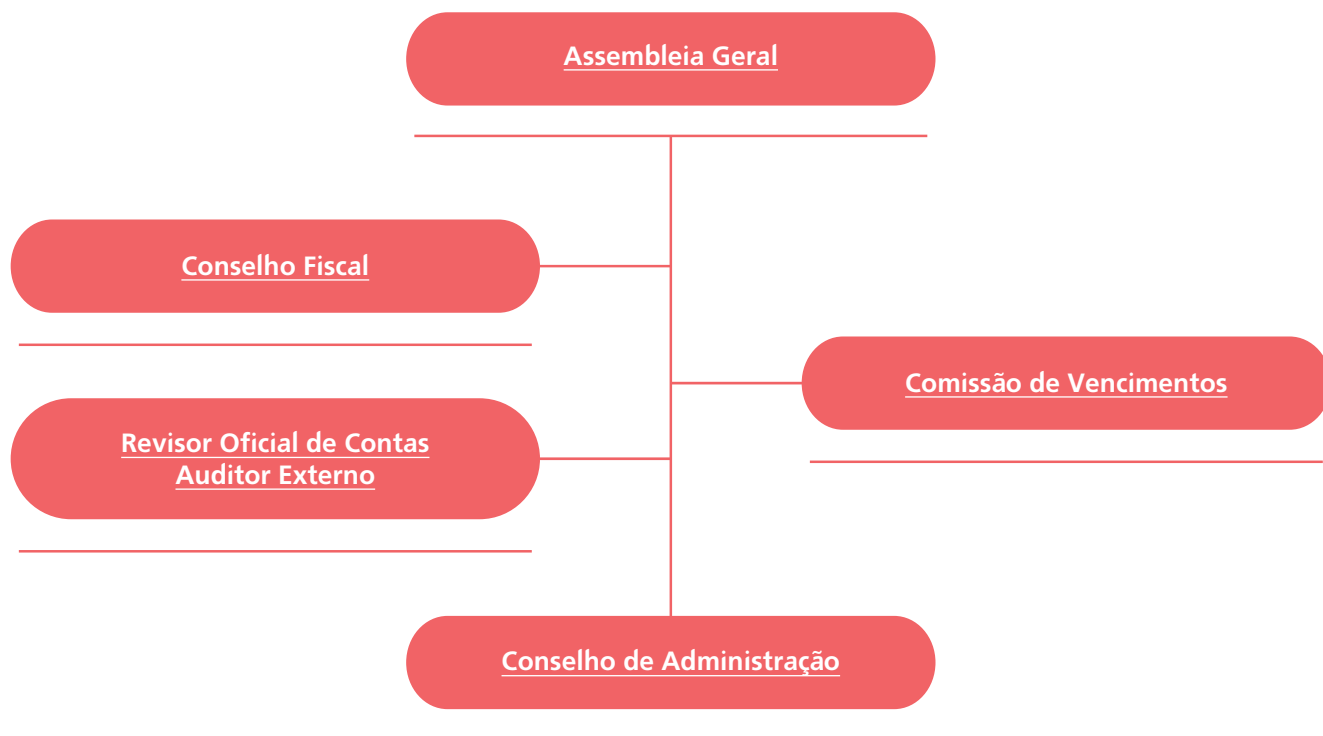
O Conselho de Administração é composto por cinco administradores, sendo um Presidente, um Vice-Presidente e três Vogais. O Conselho de Administração gere os negócios da Sociedade com os mais amplos poderes. A fiscalização da Sociedade compete a um Conselho Fiscal composto por três membros efetivos e um suplente e a um Revisor Oficial de Contas, eleitos quadrienalmente, sendo reelegíveis. Em 15 de fevereiro de 2013, foi constituída uma Comissão Executiva que dispõe de poderes de gestão corrente, delegados pelo Conselho de Administração, sendo atualmente composta por quatro administradores (Presidente e três Vogais).

A Assembleia Geral é constituída pelos acionistas com direito de voto. Reúne ordinariamente uma vez por ano ou sempre que requerida a sua convocação ao Presidente da Mesa da Assembleia Geral pelos Conselhos de Administração ou Fiscal, ou por acionistas que representem pelo menos 5% do capital social. A mesa da Assembleia Geral da Lusitania, eleita por um período de quatro anos, é composta por um Presidente, um Vice-presidente e um Secretário. As remunerações dos membros do Conselho de Administração são fixadas por uma Comissão de Vencimentos composta por três membros eleitos quadrienalmente pelos acionistas, podendo ser reeleitos.



## Lusitania Vida

A estrutura de governo societário da Lusitania Vida é composta por:



A Assembleia Geral decide sobre temas definidos pela lei ou pelos estatutos, bem como sobre outras matérias relacionadas com a gestão da Companhia.

A gestão da Sociedade é assegurada por um Conselho de Administração composto por três a sete membros eleitos quadrienalmente, sendo permitida a sua reeleição. Atualmente, o Conselho de Administração eleito para o quadriénio 2016/2019 é composto por três administradores. A fiscalização dos atos da administração é exercida por um Conselho Fiscal composto por três membros efetivos

e um suplente, eleitos quadrienalmente, sendo reelegíveis. O Revisor Oficial de Contas é eleito quadrienalmente, podendo ser reelegível e tendo como principais competências a revisão e certificação das contas. As remunerações dos membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal são fixadas por uma Comissão de Vencimentos. Esta Comissão é composta por três membros, eleitos quadrienalmente pelos acionistas, podendo ser reelegíveis.

## Futuro

O Modelo de Governo da Sociedade Gestora está organicamente estruturado no DL 12/2006, de 20 de janeiro, o qual foi alterado e republicado na Lei n.º 147/2015, de 09 de setembro, assenta ainda o modelo de governo, na restante documentação de suporte ao exercício da atividade de fundos de pensões.

Órgãos Sociais da Futuro

- Assembleia Geral
- Conselho de Administração
- Conselho Fiscal

Assembleia Geral tem por missão deliberar sobre as questões fundamentais da vida da Sociedade. Compete-lhe, entre outros atos, exigir responsabilidades à Gestão da Sociedade. O Conselho de Administração é constituído por um Presidente e seis administradores dos quais um é o Administrador Executivo. A gestão corrente da Sociedade é delegado no Administrador Executivo.

Conselho Fiscal, tem por competências as funções de fiscalização e controlo.

Existe ainda um Comité de Investimentos que é um órgão de análise e de deliberação, bem como de aconselhamento do Conselho de Administração, sobre a política de investimentos dos Fundos. O CA aprova o regulamento do Comité de Investimentos, contrata os Gestores de Ativos e delega competências no Administrador Executivo.

Ao Comité de Investimentos compete:

- Deliberar sobre a estratégia de investimentos a prosseguir a cada momento na gestão dos Fundos;
- Proceder a recomendações relativas às orientações a transmitir aos gestores de investimento;
- Apreciar a execução da política de investimentos.

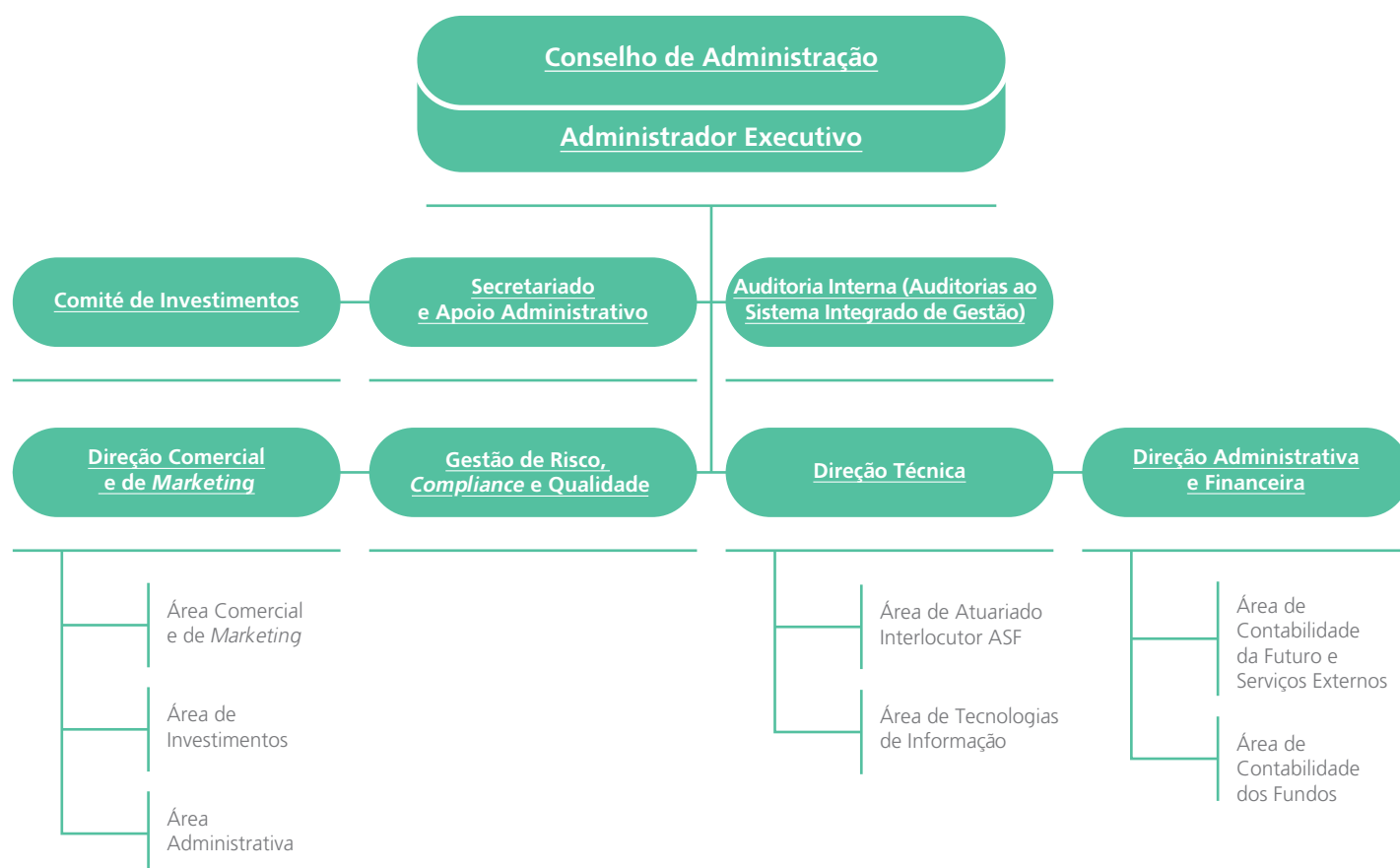
Comissão de Vencimentos compete a esta comissão fixar anualmente as remunerações dos titulares do Conselho de Administração e Conselho Fiscal. É composta por um Presidente e dois vogais, que são designados em Assembleia Geral.

A Direção da Futuro com responsabilidade executiva é composta por quatro Diretores diretamente dependentes do Administrador Executivo.

A atividade da Futuro tem subjacentes políticas, princípios e normas que asseguram assunção de elevada responsabilidade no decurso da sua atividade.

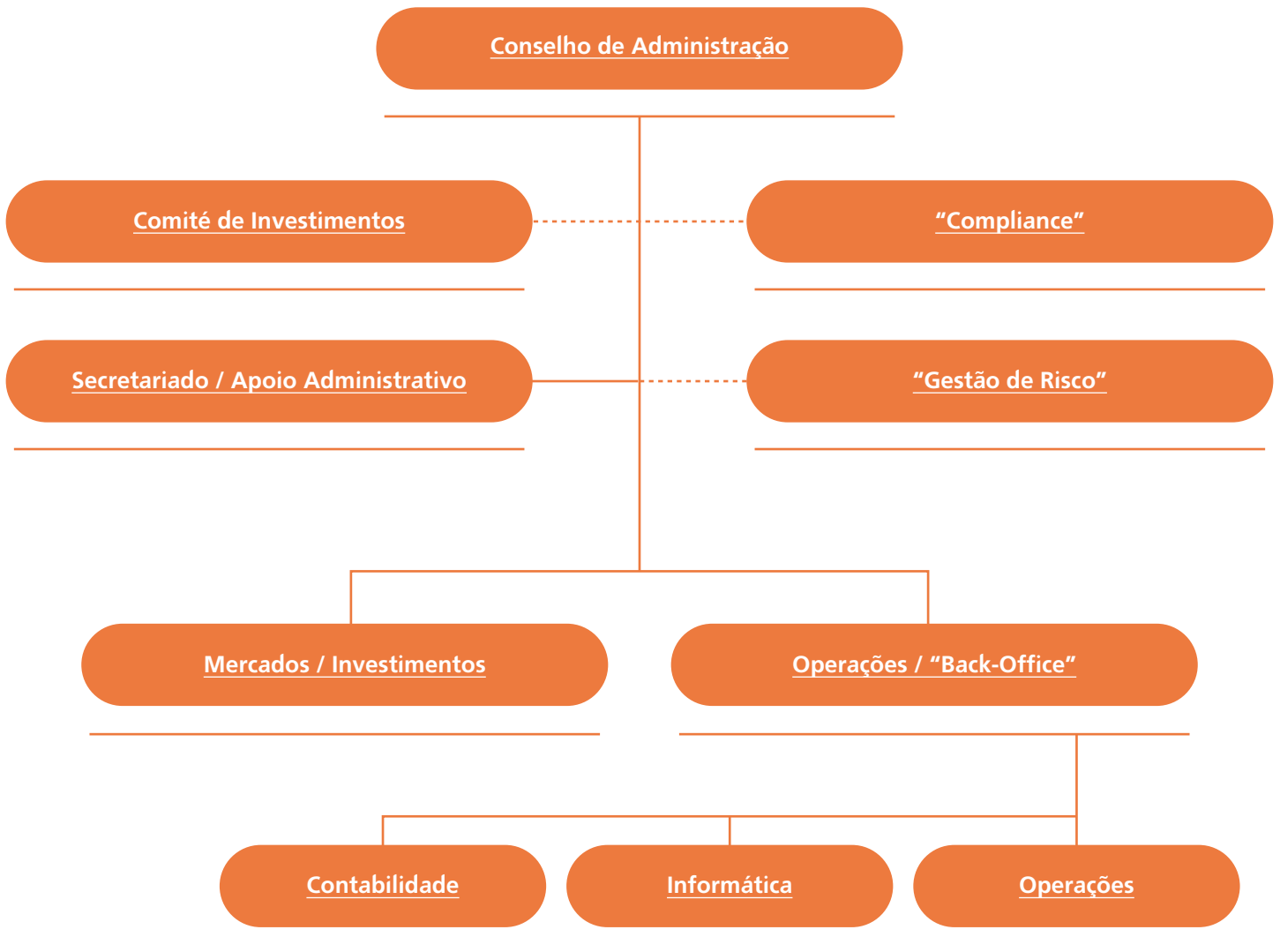
Enquanto empresa certificada, é aferido anualmente por entidade externa o cumprimento das regras em auditoria interna e externa.

De seguida apresenta-se em organigrama o modelo de governo da Sociedade Gestora:



## Gestão de Activos

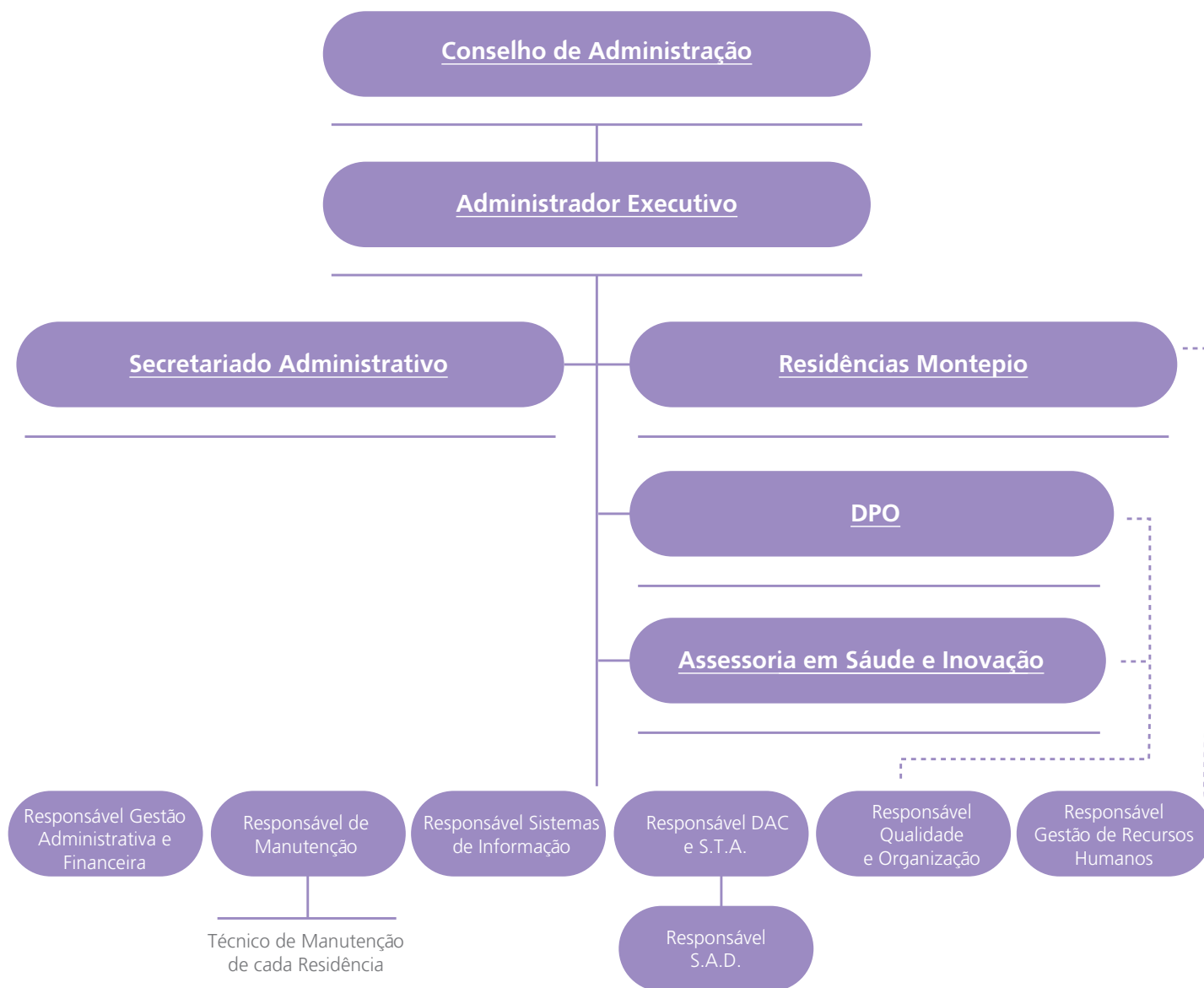
Relativamente à Montepio Gestão de Activos, o respetivo Modelo de Governo segue a estrutura do organigrama apresentado em seguida.



Importa mencionar que o Conselho de Administração, composto por cinco Administradores em representação do Montepio Geral Associação Mutualista, reúne mensalmente.

## Residências Montepio

No que se refere ao Modelo de Governo da empresa Residências Montepio ele traduz-se no organigrama abaixo:



## Residências Montepio U Live

Os Órgãos Sociais desta participada são:

- Assembleia Geral
- Conselho de Administração (Administrador Executivo)
- Fiscal Único/Revisor Oficial de Contas

## Comité de Sustentabilidade

Em 2019, procedeu-se à alteração da composição do Comité de Sustentabilidade que passou a integrar nos seus três níveis de competências, responsáveis representantes de todas as entidades que integraram o Relatório de Sustentabilidade relativo ao ano de 2018.

COMPOSIÇÃO/ÓRGÃOS E RESPONSÁVEIS	COMPETÊNCIAS
<p><b>PLENÁRIO</b></p> <p>Presidência – Presidente do CA do Montepio Geral Associação Mutualista (MGAM);</p> <p>Membros dos Conselhos de Administração de:            Montepio Geral Associação Mutualista            Caixa Económica Montepio Geral            Fundação Montepio Geral            Residências Montepio – Serviços de Saúde, SA            Lusitania – Companhia de Seguros, SA            Lusitania Vida            Futuro – Sociedade Gestora de fundos de Pensões, SA            Montepio Gestão de Activos</p>	<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 Comité de Sustentabilidade e os demais Comités em funcionamento</li> <li>Proceder à divulgação do Relatório de Sustentabilidade no seio do Grupo Montepio, incluindo uma sessão de apresentação institucional ao mercado</li> </ul>
<p><b>NÚCLEO EXECUTIVO</b></p> <p>Presidência – Presidente do CA do MGAM</p> <p>Responsáveis representantes da:            Residências Montepio – Serviços de Saúde, SA            Lusitania – Companhia de Seguros, SA            Lusitania Vida            Futuro – Sociedade Gestora de fundos de Pensões, SA            Montepio Gestão de Activos</p> <p>Responsáveis das unidades orgânicas:            Centro Corporativo            Gabinete de Responsabilidade Social            Gabinete de Estudos Sociais e Mutualistas            Direção de Comunicação, <i>Marketing</i> e Canais            Direção de Gestão de Meios            Direção da Rede Mutualista            Unidade de Serviço Partilhados Central de Compras            Centro de Transformação e Inovação            Direção de Estratégia, Planeamento e Controlo            Direção de Gestão de Pessoas            Direção de <i>Marketing</i> Operacional            Direção de Comunicação e Marca            Direção Comercial Economia Social e Setor Público            Direção de <i>Compliance</i>            Direção de Risco</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar métricas para avaliar o desempenho da Estratégia da Sustentabilidade.</li> <li>Aferir periodicamente o grau de cumprimento da Estratégia da Sustentabilidade</li> <li>Apurar as ações desenvolvidas por todas as entidades do Grupo Montepio em matéria de sustentabilidade.</li> <li>Elaborar o Relatório de Sustentabilidade e demais instrumentos necessários à sua boa execução, com o objetivo de construir um documento de acordo com a versão do <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) – GRI Standards, “in accordance – Core”</li> </ul>
<p><b>SECRETARIADO TÉCNICO</b></p> <p>Coordenação – Gabinete de Responsabilidade Social</p> <p>Técnicos indicados pelos Responsáveis representantes das Participadas e das unidades orgânicas que compõem o Núcleo Executivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoio ao funcionamento do Comité</li> </ul>

## Gestão de risco

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

### Associação Mutualista Montepio

A gestão do risco inerente à atividade da Associação Montepio tem como principal objetivo a identificação, mensuração, gestão, monitorização e comunicação dos riscos materiais, de forma a garantir a coerência entre os níveis de risco assumidos e a estratégia da atividade global adotada. Estas metodologias e processos asseguram ainda a melhor adequação possível da composição dos ativos, designadamente maturidades, taxas técnicas, esperança de vida e sinistralidade, permitindo a mitigação dos riscos e a antecipação da sua materialização, e ao mesmo tempo assegurando que os compromissos assumidos pela Associação Montepio são cumpridos.

A política de gestão dos riscos assenta na identificação e mensuração dos riscos inerentes à atividade, no seu controlo sistemático e tempestivo e na adoção de medidas de mitigação dos principais riscos a que a atividade da Associação Montepio está sujeita, nomeadamente o risco de mercado e de taxa de juro, o risco de liquidez, o risco de crédito e o risco específico inerente às características das modalidades mutualistas, descritos de seguida.

### FORMAS DE GESTÃO E CONTROLO DOS RISCOS

RISCO DE MERCADO	RISCO DE LIQUIDEZ	RISCO DE CRÉDITO	RISCO ESPECÍFICO DAS MODALIDADES ASSOCIATIVAS
<p>O risco de mercado tem em atenção os fatores que possam afetar o valor de mercado dos ativos da instituição, designadamente as participações financeiras (i) a carteira de títulos (ii) e as propriedades de investimento (iii).</p> <p>A metodologia seguida assenta nas seguintes análises:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Acompanhamento da evolução dos desempenhos e a execução dos seus planos de negócios das empresas;</li> <li>ii. Evolução das taxas de juro e expectativas de evolução das cotações dos títulos nos mercados financeiros;</li> <li>iii. Monitorização de preços de mercado e análise de sensibilidade.</li> </ul>	<p>A gestão do risco de liquidez tem por base a previsão dos fluxos de recebimentos e de pagamentos que possibilitem a construção de perfis de maturidade dos ativos e das responsabilidades.</p> <p>O objetivo passa por, antecipadamente, identificar <i>gaps</i> que possam vir a suceder, assegurando, por um lado, os pagamentos dos benefícios aos subscritores das modalidades associativas e, por outro, rendibilizar, através de aplicações em ativos mais rentáveis, eventuais excessos de liquidez.</p>	<p>A gestão do risco de crédito baseia-se no cumprimento dos limites, no que concerne à exposição por setores de atividade, zona geográfica e qualidade creditícia (classificação por <i>rating</i>), além da análise de impactos que possam vir a ter na atividade.</p> <p>No que concerne ao controlo das quotizações a receber por parte dos subscritores das modalidades associativas é realizada uma monitorização numa base diária.</p>	<p>O risco específico das modalidades associativas corresponde ao risco de perda, ou de evolução desfavorável do valor dos elementos do passivo, decorrentes da utilização de pressupostos inadequados na fixação de preços e no provisionamento. Inclui o 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.</p>

### Banco Montepio

Na gestão de riscos, o Grupo Banco Montepio continua a incluir um conjunto de políticas, procedimentos, definição de limites no âmbito do apetite ao risco e

controles que permitem, de uma forma adequada e integrada, identificar, medir, avaliar, monitorizar, mitigar e reportar os riscos decorrentes das atividades desenvolvidas nas diversas linhas de negócio e entidades do Grupo. As diferentes dimensões de risco abrangidas



pela função de gestão de riscos e seu respetivo governo podem ser consultadas no capítulo Gestão de Riscos do Relatório de Gestão, sendo que a presente seção destaca o risco operacional na sua correspondência em matéria de responsabilidade social.

O ciclo de gestão do risco operacional implementado no Banco Montepio é transversal a todas as atividades materialmente relevantes desenvolvidas na Instituição. Este processo inclui a elaboração de um mapa de atividades e respetivos riscos operacionais e controlos permitindo identificar a exposição potencial de cada órgão/unidade orgânica ao risco operacional, determinar o seu perfil de risco e priorizar eventuais ações de mitigação.

Os riscos operacionais são monitorizados considerando as seguintes categorias principais:

- **Fraude Interna:** Perdas decorrentes de atos destinados intencionalmente à prática de fraudes, à apropriação indevida de ativos ou a contornar regulamentações, legislações ou políticas/normas internas, que envolvam, pelo menos, um colaborador da Instituição;
- **Fraude Externa:** Perdas decorrentes de atos destinados intencionalmente à prática de fraudes, à apropriação indevida de ativos ou a contornar legislações, por parte de terceiros;
- **Práticas de emprego e segurança no trabalho:** Perdas decorrentes de atos que não se encontram em conformidade com a legislação ou acordos coletivos de trabalho, saúde ou segurança, bem como do pagamento de danos pessoais ou de atos relacionados com a diferenciação/discriminação;
- **Cientes, produtos e práticas comerciais:** Perdas decorrentes do incumprimento não intencional ou por negligência de uma obrigação profissional relativamente a clientes específicos, ou pela natureza ou conceção de um produto;
- **Danos em ativos físicos:** Perdas decorrentes de danos ou prejuízos causados a ativos físicos por catástrofes naturais ou outros acontecimentos;
- **Perturbações das atividades e falhas de sistemas:** Perdas decorrentes da perturbação das atividades comerciais ou de falhas dos sistemas;
- **Execução, entrega e gestão dos processos:** Perdas decorrentes de falhas no processamento de operações ou na gestão de processos, bem como das relações com contrapartes comerciais e fornecedores;

Foram ainda emitidos pareceres de risco operacional de carácter preventivo sobre a organização, produtos, processos e procedimentos, com o objetivo de evidenciar riscos e propor controlos para mitigação desses riscos e robustecer os produtos e os processos.

## Lusitania

Em 2019, a Companhia prosseguiu com a implementação do Plano Diretor para a Gestão Integrada de Riscos, que se encontra alinhado com os objetivos do Solvência II, e que permite atingir os objetivos estratégicos da Companhia nestas matérias. Foram desenvolvidas ações de adequação do modelo de governação, com o objetivo de ajustar e adequar a Estrutura Organizacional às melhores práticas, no âmbito das Orientações da EIOPA - *European Insurance and Occupational Pensions Authority*.

O modelo de governação da Lusitania procura promover e potenciar o funcionamento da Companhia, de forma a fortalecer a confiança dos clientes, dos acionistas, dos trabalhadores e do Supervisor no modo como é desenvolvida a gestão e a fiscalização da Sociedade.

As principais responsabilidades do processo são asseguradas pelos seguintes intervenientes:

- **Conselho de Administração/Comissão Executiva:** Aprova a Visão e a Missão, e define os objetivos estratégicos. Determina a estratégia de gestão de risco corporativo e define as diversas políticas para a gestão dos riscos. Este órgão é, ainda, responsável pela avaliação da eficácia do sistema de gestão de riscos.
- **Gestão de Risco:** Propõe, implementa e garante o cumprimento da Política de Gestão de Risco e os métodos e procedimentos de mensuração dos riscos. Monitoriza os resultados e reporta-os de forma tempestiva ao Comité de Risco e Comissão Executiva. Analisa, identifica e monitoriza as medidas de mitigação e/ou correção dos desvios face aos limites e níveis de tolerância que estiverem definidos em cada momento.
- **Auditoria Interna:** Assegura a existência de um adequado ambiente de controlo interno e avalia a qualidade, a eficácia e a adequação de procedimentos, metodologias e técnicas utilizadas na definição e na monitorização dos riscos.
- **Compliance:** Assegura, de forma contínua, o cumprimento da regulamentação externa e interna relativa à gestão de riscos.

### **Principais desenvolvimentos da área de gestão de risco em 2019**

- Monitorização contínua e permanente da situação de solvência (segundo a fórmula padrão) prevista no regime Solvência II, e o respetivo reporte ao Conselho de Administração;
- Desenvolvimento e realização dos exercícios de autoavaliação prospetiva dos riscos e da solvência (ORSA) de 2019, no âmbito do processo de planeamento estratégico e na definição do plano de negócios anual, permitindo à Companhia alinhar os objetivos estratégicos e a gestão operacional. Em simultâneo, permite concluir acerca da adequação do capital da Companhia ao seu perfil de risco, avaliar a sua solidez para o horizonte temporal considerado e uma afetação eficiente do capital;
- Continuação da implementação da *framework* de Risco Operacional, com o princípio orientador da gestão descentralizada do Risco Operacional: Modelo de Autoavaliação dos Riscos e dos Controlos dos processos de negócio - construção e atualização das matrizes de riscos e controlos em áreas de Suporte Operacional e a realização de diversas atividades nas áreas de *Compliance*, de Reembolsos Contencioso e das Direções Técnica e de Sinistros - e a Plataforma de Registo de Eventos de Risco - processo de identificação, registo e controlo sobre todas as irregularidades identificadas, com a respetiva quantificação, tendo como um dos objetivos o respetivo input para o *Datamart* de dados interno, integrado no Modelo de Gestão do Risco Operacional da Companhia;
- Evolução do Sistema de Governação, com a aprovação e publicação da política de conceção e aprovação de produtos, bem como a atualização da política de investimentos, de acordo com a Diretiva de Solvência II, em linha com as orientações da EIOPA, bem como os normativos da ASF;
- Desenvolvimento dos trabalhos associados ao processo de certificação atuarial e à certificação pelo Revisor Oficial de Contas de informação para efeitos de supervisão e do relatório sobre a solvência e situação financeira da Companhia, com referência a dezembro de 2019.

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

CATEGORIA	DEFINIÇÃO
<b>Risco Estratégico</b>	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.
<b>Risco de Reputação</b>	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.
<b>Risco Específico Seguro</b>	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.
<b>Risco de Mercado</b>	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.
<b>Risco de Crédito</b>	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.
<b>Risco de Concentração</b>	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.

CATEGORIA	DEFINIÇÃO
<b>Risco de Liquidez</b>	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.
<b>Risco de Compliance</b>	Risco de ocorrência de impactos negativos no modelo de negócio da Companhia, na sua reputação, integridade ou condição financeira, decorrentes de violações ou desconformidades relativamente às leis, regulamentos, contratos, códigos de conduta, práticas instituídas ou princípios éticos. Pode traduzir-se em sanções de carácter legal ou regulamentar, na limitação das oportunidades de negócio, na redução do potencial de expansão ou na impossibilidade de exigir o cumprimento de obrigações contratuais. Este risco pode surgir como consequência da ocorrência de outros riscos e não tanto como um risco autónomo.
<b>Risco Operacional</b>	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.

### Lusitania Vida

A Companhia identifica e gere os riscos no âmbito de uma estrutura claramente definida. Esta estrutura inclui uma Política de Gestão de Riscos onde são definidas as responsabilidades de cada órgão.



O Conselho de Administração é responsável pela definição de todas as políticas de gestão e controlo dos riscos, bem como na definição dos respetivos limites de tolerância, competindo à Comissão de Direção estabelecer, entre outros, metodologias, processos e reportes dirigidos às respetivas áreas de gestão (Direções). A Direção de Gestão de Risco procede à avaliação dos principais riscos em articulação com a Comissão de Direção e com o apoio das restantes funções-chave.

A Comissão de Direção, criada em 2008, é presidida pela administradora-delegada e dela fazem parte os diretores de topo da Lusitania Vida (comercial, técnico, financeiro, tecnologias de informação e gestão de riscos).

Dada a reduzida estrutura da Companhia, a Comissão de Direção exerce as atividades habitualmente desenvolvidas pelos comités de risco, de investimento e de subscrição entre outros. No âmbito das funções desta Comissão fazem também parte a análise e preparação das propostas a submeter ao Conselho de Administração respeitantes às diferentes áreas da Companhia.

Além da Direção de Gestão de Risco, a Lusitania Vida possui mais três funções-chave de apoio ao Conselho, designadamente, de verificação do cumprimento (*compliance*), atuarial e auditoria interna.

### Adequação dos sistemas

A Lusitania Vida apresenta um Sistema de Governação e de Gestão de Risco que garante a gestão sã e prudente da sua

atividade, assegurando a continuidade e o cumprimento dos objetivos estratégicos, tendo em conta a reduzida dimensão da Companhia. A avaliação global dos riscos assumidos pela Lusitania Vida e a estrutura de Governação existente, permitem concluir que a Companhia cumpre e tem a capacidade para cumprir com todos os requisitos do regime Solvência II, de forma efetiva e continuada tendo também em consideração a dimensão e complexidade do negócio da Companhia.

A adequação do Sistema de Governação da Lusitania Vida é alvo de uma revisão regular, envolvendo não só a Administração como também os diretores de topo. A revisão é efetuada no mínimo anualmente, e sempre que necessário, sendo a sua execução mais frequente quando se verificarem circunstâncias excecionais que o justifiquem, como por exemplo se ocorrerem alterações a nível organizacional. Adicionalmente, são também revistas as políticas, procedimentos, segregação de funções, entre outras.

### Perfil de Risco

Os riscos específicos de seguros são os riscos inerentes à atividade de seguros capaz de gerar perda de valor nos fundos próprios devido a pressupostos desajustados da realidade ou eventos extraordinários. Os riscos específicos de seguros de vida são a mortalidade, longevidade, morbilidade ou incapacidade, despesas, resgates ou anulações e catastrófico.

CATEGORIA	DEFINIÇÃO
<b>Risco de Mortalidade</b>	O risco de mortalidade está associado às obrigações de seguro onde um pagamento ou pagamentos são feitos em caso de morte da pessoa segura durante a vigência do contrato. O requisito de capital deste risco é calculado pela variação negativa dos fundos próprios resultantes de um aumento permanente das taxas de mortalidade em 15% para toda a carteira de seguros.
<b>Risco de Longevidade</b>	O risco de longevidade está associado a obrigações de seguro quando os pagamentos são efetuados durante a vida do titular da apólice e onde uma diminuição das taxas de mortalidade resulta em provisões técnicas mais elevadas. O requisito de capital necessário é calculado pela variação negativa dos fundos próprios resultante de uma diminuição permanente das taxas de mortalidade em 20%, cenário que é aplicado a toda a carteira sujeita ao risco de longevidade, como o caso das rendas vitalícias.
<b>Risco de Morbilidade ou Incapacidade</b>	O risco de morbilidade ou incapacidade está associado a todos os tipos de seguros que reembolsam em caso de perdas causadas por mudanças nas taxas de morbilidade ou incapacidade. O cenário consiste num aumento de 35% nas taxas de incapacidade durante o próximo ano e 25% nos anos subsequentes.
<b>Risco de Despesas</b>	O valor deste risco é apurado pelo efeito negativo nos fundos próprios resultante de um aumento permanente dos custos utilizados para determinar a melhor estimativa e que correspondem aos custos reais do exercício. O choque consiste num aumento dos custos em 10%, projetado no primeiro ano, em simultâneo com um aumento na inflação de 1 ponto percentual por ano.
<b>Risco de Resgates ou Anulações</b>	Corresponde ao risco de perdas devido a uma alteração imprevista, positiva ou negativa, das taxas de anulação de apólices, liberação do pagamento dos prémios, ou de resgates antecipados. O requisito de capital corresponde ao risco de saída antecipada sendo igual ao pior resultado dos seguintes cenários: aumento permanente das taxas de resgate e anulações em 50%; diminuição permanente das taxas de resgate e anulações em 50%; ou de uma ocorrência de resgates em massa (saída de 70% das apólices de seguro de grupo e 40% das restantes).

CATEGORIA	DEFINIÇÃO
<b>Risco Catastrófico de Vida</b>	O risco catastrófico decorre de eventos extremos que não são capturados nos restantes riscos específicos de seguro, como por exemplo as pandemias. A exigência de capital para este risco é calculada através de um aumento de 1,5 por mil nas taxas de mortalidade, consideradas na melhor estimativa, sempre que o impacto gere um aumento dessa melhor estimativa.
<b>Riscos de Mercado</b>	O risco de mercado corresponde às perdas potenciais devido a movimentos adversos em variáveis do mercado financeiro. A exposição ao risco de mercado é medida pelo impacto das alterações das variáveis financeiras tais como preços de ações, <i>ratings</i> , taxa de juro e valor de imóveis, sendo agrupados nas seguintes categorias: Risco de taxa de juro; Risco de ações; Risco de imobiliário; Risco de moeda; Risco de <i>spread</i> ; Risco de concentração. Os principais riscos de mercado da Lusitania Vida, são os riscos de <i>spread</i> , taxa de juro e concentração.
<b>Risco de Taxa de Juro</b>	O risco de taxa de juro é o risco de o valor dos ativos, passivos ou instrumentos financeiros diminuir devido a flutuações nas taxas de juro. Grande parte dos produtos de seguros da Lusitania Vida estão expostos ao risco de taxa de juro e dependem, maioritariamente, da duração até ao vencimento das taxas de juro técnicas garantidas e, também, das características específicas, nomeadamente, da participação nos resultados. O capital requerido para o risco de taxa de juro é determinado pelo cálculo do impacto nos fundos próprios devido a alterações na curva das taxas de juro, tanto nos ativos como nos passivos. O risco de taxa de juro é a perda máxima entre o choque ascendente e o choque descendente da curva de taxa de juro, de acordo com a metodologia definida pela EIOPA.
<b>Risco de Ações</b>	O risco de ações avalia a exposição a este tipo de ativos e a fundos de investimentos em ações, sendo o capital requerido determinado pelo impacto sobre o capital disponível, devido a uma queda imediata dos preços das ações e fundos de investimento.
<b>Risco Imobiliário</b>	O risco imobiliário avalia a exposição total ao imobiliário, sendo o capital requerido para este risco determinado por uma queda imediata de 25% no valor dos imóveis, o qual também pode englobar os fundos imobiliários.
<b>Risco de Moeda</b>	A Lusitania Vida não está exposta a este risco, uma vez que tem apenas contratos em euros.
<b>Risco de Spread</b>	O risco de <i>spread</i> decorre da sensibilidade do valor dos ativos e passivos às variações nos <i>spreads</i> de crédito, sendo o capital necessário determinado pelo cálculo do impacto nos fundos próprios. O capital necessário para o risco de <i>spread</i> corresponde à totalidade dos requisitos de capital das obrigações, produtos estruturados e derivados de crédito e depende do valor de mercado, da duração modificada e da qualidade creditícia do ativo ou <i>rating</i> .
<b>Risco de Concentração</b>	O risco de concentração corresponde à acumulação de exposições numa mesma contraparte.
<b>Risco de Crédito da Contraparte</b>	O risco de incumprimento da contraparte reflete as perdas ou deterioração inesperada da posição de crédito das entidades relacionadas com a Companhia, podendo afetar vários tipos ativos: Hipotecas; Empréstimos hipotecários; Derivados; Resseguro; Contas a receber; Caixa e depósitos à ordem.
<b>Risco de Liquidez</b>	O risco de liquidez corresponde ao impacto de não cumprimento das obrigações financeiras com os tomadores de seguros quando os valores se tornem exigíveis. O risco de liquidez não é aplicável para efeito do requisito de capital de solvência. O princípio de gestão da liquidez consiste em manter uma base de financiamento diversificada, um montante ajustado de ativos gerador de liquidez e uma alocação estratégica de ativos de forma a responder às necessidades de fluxos financeiros esperadas dos passivos.
<b>Risco Operacional</b>	O risco operacional avalia o impacto de perdas causadas por procedimentos internos fracos ou deficientes, falhas na ação do pessoal, falhas nos sistemas, eventos externos e fraude interna ou externa, sendo calculado através da fórmula padrão da EIOPA.
<b>Outros Riscos Materiais</b>	O perfil de risco global da Lusitania Vida deverá ser avaliado face à posição real de solvência e não apenas em relação aos riscos incorporados na fórmula padrão. Os riscos que a Lusitania Vida reconhece como potencialmente materiais são os seguintes: Risco de inflação; Risco de reputação; Risco de contágio; Risco legal; Risco de dependência; Risco estratégico. Estes riscos, bem como outros que não são incorporados na fórmula padrão, são identificados e avaliados através de uma abordagem combinada entre o conjunto de riscos que a Companhia definiu como relevantes para a sua atividade (Matriz de Riscos), onde se estabelece o "Nível de Preocupação", apurado através da probabilidade de ocorrência de um evento e severidade do mesmo, sendo estes tratados no âmbito do ORSA.

## Futuro

A política de Gestão de Risco na Futuro consubstancia o estipulado no princípio que dá corpo à gestão de risco, isto é, “mantemos uma cultura de orientação para o controlo e mitigação do risco com repercussão em toda a estrutura organizacional da entidade gestora e com especial incidência ao nível das responsabilidades do órgão de administração e dos diretores de topo, estabelecemos os princípios que devem nortear a definição das políticas, dos procedimentos e dos respetivos controlos”.

A Gestão de Risco da Futuro segue as orientações da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões -ASF, estando em conformidade com a Norma Regulamentar N.º8/2009-R, de 4 de junho, que regulamenta o Sistema de Gestão de Riscos e Controlo Interno (SGRCI).

### **Para implementar este sistema recorreremos à utilização de um modelo interno de Gestão de Risco para a Sociedade Gestora e um método de aplicação adaptado dos estudos QIS para os fundos de pensões.**

De seguida descrevem-se as principais metodologias que suportam o risco da entidade gestora e o risco dos fundos de pensões.

#### **Gestão de Riscos da Entidade Gestora**

O risco da Entidade Gestora é transversal a todas as atividades e está apoiado no Sistema Integrado de Gestão da empresa - baseado em processos - que visam manter os padrões de qualidade do serviço, e assenta a sua análise e avaliação em quatro tipos diferentes de risco:

- Risco Operacional;
- Risco Estratégico;
- Risco de Reputação;
- Risco de Investimento.

A metodologia que conduz à sistematização de análise (identificação, avaliação e controlo dos riscos) está suportada nos seguintes conceitos de risco:

**Risco Inerente:** risco que a empresa está sujeita, sem considerar a ação dos controlos;

**Controlos:** ações que modificam o risco, podendo ser de três tipos: Diretivos; Preventivos e Detetivo;

**Risco Residual:** risco remanescente após o efeito do controlo aplicado sobre cada atividade.

O modelo assente na Matriz de Risco da Futuro, onde os riscos operacionais se relevam em matéria de sustentabilidade, são de acordo com o Normativo Legal, categorizados da seguinte forma:

- Má conduta profissional intencional (fraude interna);
- Atividades ilícitas efetuadas por terceiros (fraude externa);

- Práticas relacionadas com os recursos humanos e com a segurança no trabalho;
- Associados, Participantes, Beneficiários, Produtos e práticas comerciais;
- Eventos externos que causem danos nos ativos físicos;
- Interrupção da atividade e falhas nos sistemas;
- Riscos relacionados com os processos de negócio.

Está ainda estabelecida a **Política de tolerância ao risco**, que permite definir o apetite ao risco e também determinar o nível para o qual deverá concentrar esforços para baixar a sua magnitude e o consequente impacto nos processos. Esta política é definida pelo AE e pelos Gestores de Processo, cabendo à Gestão de Risco monitorizar se o Risco é tolerável ou não, para assim desencadear a ação necessária. Tendo em conta os níveis de tolerância a observar, será possível a deteção atempada dos riscos potencialmente adversos ou das oportunidades resultantes de eventos de impacto positivo, o que permitirá desenvolver as necessárias ações de mitigação.

O acompanhamento e monitorização do risco existente nos vários processos da organização é efetuado através de indicadores de risco (*Key Risk Indicators-KRI*) que contribuem como indicador para o Sistema Integrado da empresa.

#### **Risco de Investimento**

O risco de investimento na Futuro está relacionado com a probabilidade de obter uma rendibilidade inferior à esperada, e sendo o risco de uma forma geral definido como a probabilidade de ocorrência de perdas inesperadas, é utilizada a metodologia de cálculo do *VaR- Value at Risk* para estimar as perdas potenciais dos Fundos sob sua Futuro. A aplicação do modelo incide sobre todos os fundos geridos pela empresa que garantam o capital investido.

#### **Gestão de Riscos dos Fundos de Pensões**

A abordagem de cálculo foi desenvolvida com base nos estudos relativos às *IORPs* realizado pela Autoridade Europeia dos Seguros e Pensões Complementares de Reforma (EIOPA). Com o auxílio da plataforma de informação Bloomberg e do modelo interno desenvolvido, a gestão de risco apura os dados necessários para proceder à avaliação do Risco de cada Fundo de Pensões.

Para os fundos e planos de pensões existentes na empresa, considera-se a seguinte **categoria de risco** (de acordo com a Norma N.º8/2009-R):

- Risco de Mercado;
- Risco de Crédito;
- Risco específico dos fundos de pensões (atuarial);
- Risco de Liquidez.

As metodologias utilizadas para a gestão dos riscos acima descritos são suportadas nos sistemas de informação existentes na empresa: *SGC, Bloomberg, Microsoft Excel*.



## Montepio Gestão de Activos

A Gestão de Risco durante o ano 2019 foi efetuada pela Direção de Risco do Banco Montepio. Para informação adicional, consulte o ponto sobre Gestão de Risco, do Banco Montepio.

## Residências Montepio

A empresa Residências Montepio – Serviços de Saúde, cuja atividade se encontra amplamente regulamentada e supervisionada pelas entidades tutelares - Segurança Social e Entidade Reguladora da Saúde, promove uma cultura de segurança a todos os níveis, com atuação proactiva, preventiva e de aprendizagem para a melhoria continua da sua atividade, criando uma estrutura que permita desenvolver-se de forma consistente e controlada.

Em 2018, foi criado o Comité da Qualidade e do Risco (interno), composto por Gestor da Qualidade, Gestor de Risco Clínico e Diretores Técnicos, que reúne periodicamente com os objetivos de: dinamizar uma cultura de Gestão da Qualidade na organização; dinamizar a Política e da colaboração entre os *stakeholders* internos; garantir o alinhamento das deliberações do Comité com a estratégia organizacional e os procedimentos em vigor nas Residências; monitorizar a adequação do referencial e aplicação local; propor ajustamentos necessários, e, promover auditorias periódicas locais para avaliação do cumprimento das boas práticas definidas.

Este Comité realiza auditorias internas mensais a KPI's (*key performance indicators*) e processos de atividade, nomeadamente número de queda, identificação inequívoca de utentes, úlceras de pressão, e armazenamento de produtos médicos. Procedeu também à emissão de cinco novas Normas Internas.

## Ética e Integridade

### Código de Conduta da Associação Mutualista Montepio

A Associação Montepio procedeu à atualização e publicação do seu Código de Conduta em 2019.

Este importante regulamento tem por objeto definir os princípios e as normas a que devem obedecer as práticas de bom governo das organizações, para que pela observância de uns e de outros, possam cumprir os seus objetivos e satisfazer os seus fins. Reveste-se de particular relevância a ética pessoal e profissional de todos os que colaboram numa organização,

respeitando, mediante uma adequada conduta, a deontologia do setor em que operam, regendo assim a sua atuação por princípios que respeitem os valores da organização em que estão inseridos.

A Associação pretende definir políticas e procedimentos consistentes com os valores pelos quais rege a sua conduta, designadamente: a ética, a transparência, a solidariedade, a cooperação, o profissionalismo, a competência, a responsabilidade, a participação e a liberdade de expressão, que suportam a sua orientação estratégica e determinam o seu comportamento numa visão focada na garantia do respeito pelos princípios mutualistas, pelos princípios do direito à informação, da difusão do mutualismo e da intercooperação e, bem assim, pelos elevados padrões de responsabilidade e sustentabilidade social e o pelo desenvolvimento e consolidação da economia social em Portugal.

A Associação Montepio integra no seu universo diversas empresas participadas (que constituem o Grupo Montepio ou Grupo), procurando, pela sua gestão, aprofundar e alargar o seu papel ativo no âmbito da economia social. O Grupo Montepio integra, para além do MGAM e da Fundação Montepio, a Caixa Económica Montepio Geral, caixa económica bancária, S.A. (comercialmente designada por Banco Montepio), bem como um conjunto de empresas especializadas na atividade seguradora, residências para estudantes, centros residenciais para seniores e gestão de ativos financeiros e imobiliários, conforme se pode consultar no site institucional do MGAM [montepio.org/institucional/grupo-montepio/](http://montepio.org/institucional/grupo-montepio/).

Os padrões de conduta, sistematizados no Código de Conduta, foram devidamente divulgados por todos os membros dos órgãos e cargos associativos e pelos órgãos sociais e colaboradores das entidades do Grupo Montepio, bem como pelas entidades terceiras e respetivos colaboradores, contratadas por, ou atuando em nome de, entidades do Grupo Montepio.

### Código de Conduta Banco Montepio

O Banco Montepio tem como princípio orientador adotar, de forma sistemática, um comportamento responsável que contribua para a sustentabilidade dos seus clientes e das suas famílias, juntando a banca moderna e de inovação com valores tradicionais como a resiliência, a honestidade, a transparência e o respeito por terceiros.

Estes valores encontram-se refletidos no Código de Conduta que define os padrões mínimos de interação com terceiros, com os clientes e com os parceiros, sendo aplicável a todos os colaboradores do Grupo Banco Montepio.

## **Código de Conduta da Fundação Montepio**

A Fundação Montepio é detentora de um Código de Conduta que visa definir os princípios e as normas a que devem obedecer as práticas de bom governo e atuação, na efetivação da sua Missão e Valores. Este Código é aplicável aos titulares dos órgãos sociais da Fundação, bem como a todos os colaboradores do Grupo Montepio que desempenhem funções permanentes ou temporárias relacionadas com a atividade.

## **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.

## **Código de Conduta Lusitania Vida**

O Código de Ética da Lusitania Vida 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. Tais princípios e regras são extensivos, com as necessárias adaptações, aos colaboradores permanentes e eventuais, mandatários, auditores externos e a outras pessoas que lhes prestem serviço a título permanente ou ocasional.

## **Código de Conduta da Futuro**

No Código de Conduta da Futuro estabelecem-se as regras que devem ser observadas pelos órgãos de governo e as regras de comportamento deontológicas que devem ser respeitadas pela instituição e ainda as que são dirigidas aos gestores, colaboradores e outros detentores de interesses. Destacam-se o respeito pelos direitos humanos e do ambiente, a prevenção de conflitos de interesses, a responsabilidade, a transparência e a prudência. A satisfação dos interesses dos clientes e acionistas situam-se no topo da pirâmide, em posição intermédia

estão os dos titulares de interesses e na base estão os da sociedade em geral que são satisfeitos através de iniciativas de responsabilidade social.

Exige-se o cumprimento rigoroso do Código de Conduta aos membros dos órgãos sociais, colaboradores e prestadores de serviços da Futuro, estando o mesmo disponível no site da Futuro.

É da competência de todos os intervenientes denunciar a ocorrência de qualquer situação que possa desencadear um conflito de interesses.

## **Código de conduta da Gestão de Activos**

O Código de Conduta do Montepio Gestão de Activos é dirigido a todos os seus colaboradores, assim como os órgãos sociais.

O Código de Conduta tem por objeto definir os princípios e as normas a que devem obedecer as práticas de bom governo das empresas, para que pela observância de umas e de outras elas possam cumprir os seus objetivos económicos e satisfazer os seus fins sociais.

## **Código de conduta das Residências Montepio**

Em 2019, foi finalizada a elaboração do Código de Conduta para colaboradores da Residências Montepio – Serviços de Saúde, que foi remetido em forma digital e algumas cópias em papel para cada Residência, para apresentação a todos os colaboradores.

Este documento faz parte integrante do portfólio de documentação de acolhimento, em conjunto com a Política de Qualidade da empresa.

05

# ENVOLVIMENTO COM *STAKEHOLDERS*



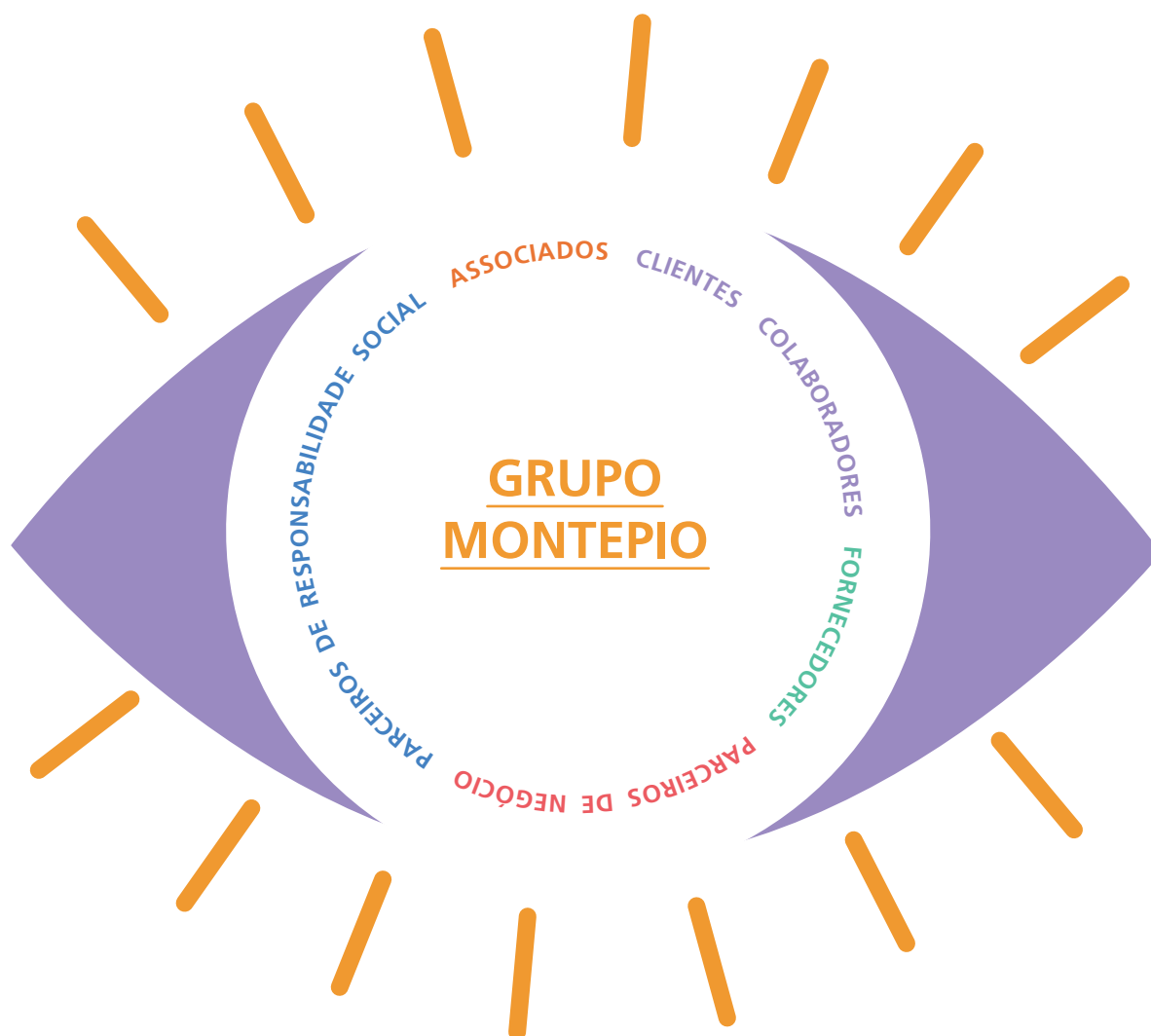
mantemos um diálogo permanente  
com pessoas e identidades

# 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 quase dois séculos de existência.

Este é o pressuposto do envolvimento contínuo com todos os seus *stakeholders*, uma vez que estes assumem um papel fundamental na melhoria do desempenho do Grupo, atendendo a que as suas comunicações são tomadas em consideração na definição das prioridades estratégicas.

Em 2018, o Grupo Montepio realizou uma nova auscultação aos *stakeholders* (que incluiu *stakeholders* da Associação Mutualista Montepio, do Banco Montepio, da Fundação Montepio e da Residências Montepio) com o intuito de compreender as preocupações e expectativas dos seus *stakeholders* no âmbito da sustentabilidade.





## Principais grupos de stakeholders e canais de envolvimento por entidade reportada

A identificação dos principais *stakeholders* do Grupo Montepio foi feita com base em critérios de importância, relevância e influência de todos aqueles, pessoas ou instituições, que afetam e/ou podem ser afetados pelas atividades e produtos do Grupo.

### Associação Mutualista Montepio + Fundação<sup>1</sup>



#### ASSOCIADOS

- Revista Montepio
- Jornal Montepio Jovem
- Revista Voa
- Brochuras Institucionais
- Folhetos de Oferta Mutualista e do Montepio Saúde
- Agenda de Experiências
- *E-newsletter* mensal
- *Mailshot* para divulgações específicas da Associação Montepio
- *Websites* corporativos (Associação, Fundação e Clube Pelicas)
- *Instagram*
- *Facebook* Ei
- *Facebook* Atmosfera m
- Canal de Youtube Associação Montepio
- *APP* Associação Montepio
- Assembleia Geral de Associados
- Relatórios e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de *stakeholders*



#### COLABORADORES

- Boletim Interno "Em direto"
- Intranet
- *Facebook* Ei
- *Facebook* Atmosfera m
- Canal de Youtube Associação Montepio
- *APP* Associação Montepio
- Brochuras Institucionais
- *Websites* Associação e Fundação
- *Instagram*
- *APP* Associação Montepio
- *Mailshot* para divulgações específicas da Associação Montepio
- Reunião anual de colaboradores
- Relatório e Contas
- Relatórios de Sustentabilidade
- Auscultação de *stakeholders*



#### PARTICULARES NÃO ASSOCIADOS

- Brochuras Institucionais
- Folhetos de produtos
- *Websites* Associação e Fundação
- *Instagram*
- *APP* Associação Montepio
- Relatórios e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de *stakeholders*



#### FORNECEDORES

- Auditorias
- Brochura Institucional
- Código de Conduta
- *Websites* Associação e Fundação
- *Instagram*
- *APP* Associação Montepio
- Relatórios e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de *stakeholders*



#### PARCEIROS DE NEGÓCIO

- Brochura Institucional
- Reuniões Periódicas
- *Websites* Associação e Fundação
- *Instagram*
- *APP* Associação Montepio
- Relatórios e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de *stakeholders*



#### PARCEIROS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

- Brochura Institucional
- Seminários e Conferências
- Reuniões Periódicas
- *Websites* Associação e Fundação
- *Instagram*
- *APP* Associação Montepio
- Relatórios e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de *stakeholders*

<sup>1</sup> A Fundação tem uma página *Web* própria e utiliza os canais de comunicação da Associação Mutualista Montepio para divulgar as suas iniciativas. Para além destes canais de contacto com as suas Partes Interessadas, a Fundação efetua múltiplas participações em encontros diversos com parceiros de todos os setores com destaque para os da economia social aqui assinalados como Parceiros de Responsabilidade Social.

## Banco Montepio



### COLABORADORES

- Newsletter Minuto M
- Intranet corporativa
- APP Bom Dia
- Rede social Yammer
- Página LinkedIn Banco Montepio
- Canal Banco Montepio Youtube
- Website Banco Montepio
- Mailshot
- Relatório e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de stakeholders



### CLIENTES

- Brochuras Institucionais
- Folhetos de produtos financeiros
- Newsletters
- E-mailings
- Monofolhas digitais
- Website Banco Montepio
- Página LinkedIn Banco Montepio
- Canal Banco Montepio Youtube
- Página E-Social no Instagram
- Página E-Social no Facebook
- Relatório e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de stakeholders



### FORNECEDORES

- Auditorias
- Brochura Institucional
- Código de Conduta
- Website Banco Montepio
- Página LinkedIn Banco Montepio
- Canal Banco Montepio Youtube
- Relatório e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de stakeholders



### PARCEIROS DE NEGÓCIO

- Brochura Institucional
- Reuniões Periódicas
- Website Banco Montepio
- Página LinkedIn Banco Montepio
- Canal Banco Montepio Youtube
- Relatório e Contas
- Relatório de Sustentabilidade
- Auscultação de stakeholders
- Resultados da avaliação da satisfação de clientes

## Lusitania

A Lusitania reconhece a importância dos seus stakeholders como elementos chave para o desenvolvimento da atividade da Companhia. O envolvimento contínuo com todos os seus stakeholders é considerado um aspeto essencial no caminho para o desenvolvimento sustentável, uma vez que permite identificar questões emergentes, moldar respostas e continuar a melhorar o desempenho nos três pilares da sustentabilidade: económico, ambiental e social.

De forma a promover o envolvimento e o diálogo contínuo com os seus stakeholders, a Lusitania dispõe de canais de envolvimento (internos e externos) específicos, que a seguir se apresentam:



### CLIENTES

- Website
- Relatório e Contas
- Facebook



### COLABORADORES

- E-newsletter interna "Daqui"
- Intranet
- Relatório e Contas
- Website
- Facebook



### GOVERNO DA SOCIEDADE

- Reuniões periódicas
- Reportes obrigatórios
- Relatório e Contas



### FORNECEDORES

- Relatório e Contas
- Website



### PARCEIROS DE NEGÓCIO (Corretores; Agentes)

- Reuniões periódicas
- Facebook



### PARCEIROS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

- Website
- Seminários e conferências
- Relatório e Contas
- Reuniões periódicas
- Facebook



## Lusitania Vida

Os principais meios de comunicação da Lusitania Vida, encontram-se reportados de seguida, por grupo de *stakeholder*:



É também possível obter informação sobre a Lusitania Vida e seus produtos nos *websites* da Associação Montepio, Banco Montepio e Lusitania.

## Futuro

A Futuro detém na sua estrutura a matriz das partes interessadas relevantes (*Stakeholders*) e faz a gestão dos relacionamentos com estas partes interessadas, identificando os impactos na atividade de ambas as partes envolvidas, com vista a um sucesso sustentado.

Enquanto entidade certificada cumpre com requisitos normativos, que por sua vez replica nas suas partes interessadas conduzindo a melhorias de desempenho.

De seguida apresentam-se os meios de comunicação mais relevantes, com as principais categorias de *Stakeholders*.

**ACIONISTAS**

- *Website* Futuro
- Código de Conduta
- Reuniões mensais
- Relatórios de Gestão
- Assembleias Gerais
- Relatório de Auditorias
- Relatórios-Risco e Compliance
- Relatórios-Estrutura Organizacional
- Comitê de Investimentos
- Relatório e Contas

**COLABORADORES**

- *Website* Futuro
- Código de Conduta
- Manual do Empregado
- Normas de Acolhimento
- Procedimentos de Serviço
- Comunicações internas
- Manual do Sistema Integrado de Gestão
- Relatórios de Clima Organizacional
- Reuniões
- Relatórios e Contas

**CLIENTES INSTITUCIONAIS**

- Brochuras institucionais
- *Website* Futuro
- Portal Netfuturo
- Reuniões Periódicas
- Eventos Promocionais
- Rede de Balcões Banco Montepio
- Comitê de Investimentos
- Relatórios e Contas

**CLIENTES PARTICULARES**

- *Website*
- *Website* do Banco Montepio
- Folheto dos Fundos de Pensões
- Informação Financeira dos Fundos
- *Website* do Banco BIG
- Balcões do Banco Montepio
- Reuniões com clientes
- Relatórios e Contas

**FORNECEDORES E SUBCONTRATADOS**

- *Website* Futuro
- Código de Conduta
- Comunicações/ Avaliações/ Reclamações
- Contratação
- Reuniões de trabalho
- Propostas de fornecimento de serviço
- Relatório e Contas

**ASSOCIAÇÕES E PARCEIROS ESTRATÉGICOS**

- *Website* Futuro
- Reuniões Periódicas
- Apresentações Institucionais/ Produto
- Contratos/ Protocolos
- Reuniões de Trabalho
- Ações de Formação/ Esclarecimento
- Intranet da AMM
- *Website* do Banco BIG
- *Website* do Banco Montepio
- *Website* da APFIPP
- *Website* da MII Capital
- Relatório e Contas

## Gestão de Activos

A Gestão de Activos utiliza quatro meios de comunicação com os seus *stakeholders*, que se apresentam de seguida:

- Acesso à *intranet* da Associação Montepio
- Acesso ao boletim “Em Direto” por parte dos colaboradores
- Divulgação do Relatório e Contas da MGA disponível *online*
- Divulgação de produtos, quer no *site* da Associação Montepio, quer no *site* do Banco Montepio
- Relatório de Sustentabilidade

## Residências Montepio

A Residências Montepio utiliza quatro meios de comunicação com os seus *stakeholders*, reportadas de seguida:

- *Website* Residências
- Relatório de Sustentabilidade
- Relatório e Contas
- Auscultação de *Stakeholders*

## Residências Montepio U Live

As Residências Montepio U Live identificam como suas partes interessadas os estudantes que são os seus clientes, os colaboradores, os acionistas, os fornecedores e os parceiros e utilizam como meios de comunicação o Relatório e Contas, o *Website* Montepio U Live e o *site* da Associação Mutualista Montepio.

# RESPONDER ÀS NECESSIDADES DE POUPANÇA, PROTEÇÃO SOCIAL E BEM-ESTAR DOS ASSOCIADOS



ver pessoas felizes  
é o nosso principal objetivo

# RESPONDER ÀS NECESSIDADES DE POUPANÇA, PROTEÇÃO SOCIAL E BEM-ESTAR DOS ASSOCIADOS

665

Milhões de € em  
receitas associativas

**Em 2019, a Associação Mutualista Montepio implementou diversas iniciativas no âmbito de sustentabilidade e da criação de valor social, económico e ambiental.**

601 784

Associados

No final do ano 2019, a Associação Mutualista Montepio contou com 665 milhões de euros em receitas associativas, 601 784 associados e 1 206 acordos em vigor. Em 2019, a Associação deu continuidade à estratégia de capacitação, modernização e desenvolvimento que lhe permitiu obter níveis crescentes de atividade e de receitas associativas, correspondentes às dinâmicas de atuação e à prudência das suas políticas, evidenciando nova manifestação de resiliência para vencer desafios e obstáculos. Não obstante, os resultados do exercício de 2019 foram fortemente penalizados pelo contexto de baixas taxas de juro e de incerteza.

1 206

Acordos em vigor

## Criação e distribuição de valor

(em milhares de euros)		2017	2018	2019
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Receitas associativas	711 157	487 130	664 859
	Provedores de capitais	-	-	-
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Estado	90	191	3 085
	Fornecedores	24 815	26 438	26 065
	Colaboradores	4 624	4 864	5 371
	Comunidade	1 273	1 375	1 200
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>		680 335	454 262	629 138

## Desempenho 2019

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI¹	META	RESULTADO	
<b>AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE</b>					
<b>Garantir a definição de uma política de sustentabilidade em cada entidade do Grupo delineada à luz da presente estratégia</b>	Adoção de uma perspetiva de Grupo em matérias de desenvolvimento sustentável	Publicações do Comité de Sustentabilidade [#]	2	1	•
<b>Promover o desenvolvimento da Associação Montepio como uma das maiores mutualidades da Europa e como uma das entidades associativas de referência da economia social</b>	Reforço da AMM como promotora da capacitação da economia social e da avaliação de impacto	Projetos de capacitação [#]	5	5	•
		Projetos com avaliação de impacto [#]	25	25	•
		Projetos de promoção e avaliação de impacto [#]	25	25	•
	Aumento do financiamento e investimento a novos projetos inovadores e <i>start ups</i> da economia social	Orçamento da Fundação aplicado a projetos inovadores e sustentáveis [%]	30	30	•
		Projetos inovadores e sustentáveis [#]	15	15	•
		Apoio a entidades das áreas da Economia Social e do Empreendedorismo Social (#)	7	8	•
		Apoio a projetos das entidades da Economia e do Empreendedorismo Social (E)	50 000	65 467	•

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI'	META	RESULTADO	
<b>Promover o desenvolvimento da Associação Montepio como uma das maiores mutualidades da Europa e como uma das entidades associativa de referência da economia social</b>	Afirmação da marca, seus atributos e envolvimento com a comunidade	Apoios atribuídos na esfera cultural [#]	60	80	●
		Apoios atribuídos na esfera do desporto e bem-estar [#]	12	22	●
		Iniciativas realizadas na esfera desportiva [#]	6	6	●
		Iniciativas realizadas na esfera cultural [#]	10	23	●
		Apoios atribuídos na esfera social [#]	26	26	●
		Participação da marca nas redes sociais digitais – Perfil <i>Instagram</i> – impressões (#)	3 000 000	15 517 989	●
		Participação da marca nas redes sociais digitais Perfil FB El (Impressões) [#]	ND	74 429 875	●
	Desenvolvimento e implementação de estratégias de comunicação orientadas à afirmação da marca e dos valores mutualistas, assim como à filiação associativa	Implementação de campanhas de incentivo à poupança	13	13	●
		Níveis de recordação e de notoriedade (%)	ND	96,8	●
		Confiança na marca	ND	8,01	●
		Participação da comunidade em geral nas iniciativas realizadas/ promovidas pela Associação Montepio (#)	500 000	1 017 268	●
		Visualização de páginas com conteúdo centrado na educação financeira (#)	1 000 000	12.140 427	●
		Iniciativas realizadas com vista a afirmação e posicionamento da marca e identidade da Associação Montepio (#)	120	136	●
	Conquista do espaço da proteção social complementar	Número de novos associados (#)	45 000	26 908	●
		Varição da base associativa (#)	23 393	- 10 823	●
		Receitas associativas* (€)	702 967 000	664 859 000	●
		Inscrições (#)	995 000	951 566	●
Varição das receitas associativas das modalidades (€)		215 837 000	177 729 000	●	
Subscrições por Associado [#] – Número médio		1,56	1,58	●	
<b>Consolidar o papel da Fundação como parceira e financiadora social relevante</b>	Assunção das funções de parceiro e investidor social	Valor total dos apoios e financiamentos concedidos (€)	1 000 000	1 054 027	●
		Valor médio dos apoios e financiamentos concedidos (€)	14 000	15 000	●
<b>Assegurar a integração da sustentabilidade entre o Grupo Montepio e as suas partes interessadas (stakeholder)</b>	Investimento na divulgação e formação dos diversos <i>stakeholders</i> no domínio mutualista e na área da responsabilidade social	Artigos publicados sobre mutualismo e economia social (#)***	48	50	●
		Participações sobre mutualismo e economia social em conferências (#) ***	4	6	●
		Artigos publicados sobre responsabilidade social (#)	1	2	●
		Participações sobre responsabilidade social em conferências (#)	10	5	●



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI'	META	RESULTADO
------------------------	-----------------	------	------	-----------

**FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS**

<p><b>Manter e reforçar a humanização das relações entre o Grupo Montepio e os seus diversos stakeholders</b></p>	Garantir a gestão integrada do capital humano	Curso de <i>e-learning</i> de voluntariado do Grupo Montepio para novos colaboradores e <i>trainees</i> do Banco e restantes participadas	ND	ND		
		Desenvolvimento de plataformas digitais de acesso exclusivo a associados	2	0	●	
		Número de novas parcerias (#)	ND	66	●	
		Número de novas parcerias em vigor (#)	5 000	1 206	-	
		Número de publicações para associados (#)	4	13	●	
		Iniciativas orientadas à comunicação da oferta e das vantagens associativas (#)	100	175	●	
		Iniciativas orientadas para a melhoria das condições de vida dos associados (#)	10	36	●	
		Visualizações de informação em plataformas digitais (Ei, abertura de <i>Mailshots</i> e notificações) (#)	15 000 000	16 300 000	●	
		Iniciativas orientadas à dinamização associativa (relação com associados/ Experiências – AMMe) (#)	500	368	●	
		Associados envolvidos (#)	7 000	7 430	●	
		Audiência da Revista Montepio (escala APCT)	3	467 500	●	
		Audiência (visualizações do site, instalações da APP, Alcance Facebook, Impressões IG) (#)	40 000 000	174 812 023	●	
		Campanha boas vindas (CC) (#)	ND	ND	-	
		Oferta de bilhetes para espetáculos (#)	ND	15.000	●	
		Pagamentos <i>online</i> (€)	10 000	6 954	●	
		Envio de <i>newsletters</i> (#)	70	100	●	
		Envio de SMS pelo aniversário (#)	500 000	455 978	●	
		Associados participantes em inquéritos	ND	ND		
		Balcões com espaços de atendimento diferenciado para associados (#)	115	107	●	
		Associados utilizadores da atmosfera m (#)	30 000	15 968	●	
		Acessos e visualizações do site (#)	12 000 000	15 945 873	●	
		Instalações da APP (#)	50 000	47 383	●	
		Número de iniciativas com acesso diferenciado a associados (#)	120	415	●	
		Número de iniciativas com acesso diferenciado a associados versus total de iniciativas [%]	ND	40,9%	●	
		Implementar uma perspetiva de inclusão interna e externa, respeito pela diversidade e desenho universal	Programa DAR - Desenvolvimento Ativo e Responsável: ações de voluntariado e criação de uma plataforma de entidades parceiras	Implementar	0%	●
			Conteúdos de Sustentabilidade no Site	Implementar	Realizado	●

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI¹	META	RESULTADO	
<b>COOPERAÇÃO, PARCERIA E CADEIA DE VALOR</b>					
<b>Reforçar as relações e a rentabilização de sinergias dentro do Grupo</b>	Programa de Voluntariado do Grupo Montepio	Voluntários (#)	700	750	●
		Programas de Intervenção Local PIS (#)	33	41	●
	Desenvolvimento de iniciativas e projetos de responsabilidade social com outras empresas do Grupo no âmbito do Comité	Iniciativas de responsabilidade social conjuntas com outras entidades do Grupo Montepio	6	5	●
	Iniciativas orientadas ao aumento do número de admissões e subscrições mutualistas através do Banco Montepio	Iniciativas orientadas ao aumento do número de admissões e subscrições mutualistas através do Banco Montepio	ND	1	●
	Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Residências Montepio	Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Residências Montepio	ND	4	●
	Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Residências Montepio U Live	Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Residências Montepio U Live	ND	6	●
	Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Lusitania - Companhia de Seguros SA	Iniciativas orientadas ao incremento da perceção de vantagens a associados junto da empresa Lusitania - Companhia de Seguros SA	ND	ND	-
<b>Alargar a capilaridade e focalização da intervenção</b>	Projetos apoiados em parcerias com outros investidores sociais	Projetos desenvolvidos com outras entidades externas	8	8	●
<b>Fortalecer as redes de parceria internas e externas e a promoção do tecido empresarial e da economia social</b>	Alargamento e consolidação das parcerias com entidades congéneres	Parcerias com entidades congéneres e integração do Grupo Montepio em redes congéneres externas (#)	9	8	●
<b>Adotar uma política de exigência de cumprimento de critérios de sustentabilidade relativamente aos fornecedores</b>	Implementação de código de conduta nas relações comerciais realizadas	Implementação do código de conduta nas relações comerciais realizadas	Implementar	50%	●
		Integrar critérios de sustentabilidade nas consultas ao mercado	Integrar	100%	●

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI'	META	RESULTADO	
<b>Reduzir e repor a pegada ecológica</b>	Medição da pegada ecológica	Redução do consumo de eletricidade (%)	-5%	-7%	●
		Redução do consumo de combustíveis (%)	-2%	-4%	●
		Redução do consumo de papel (%)	-4%	6%	●
		Redução das emissões de CO2 diretas (ton) - combustíveis	-2%	-4%	●
		Redução das emissões de CO2 indiretas (ton) - eletricidade	-5%	-7%	●
	Medição da pegada carbónica da Associação e do Banco	Implementação da medição da pegada de carbono	Implementar	0%	-
	Prática generalizada do processo de reciclagem de plástico e papel	Aumento do plástico recolhido para reciclagem (%)	Conclusão do plano de recolha seletiva de resíduos	Diagnóstico efetuado. Abordagem e planeamento em curso	●
		Percentagem do papel recolhido para reciclagem face ao papel adquirido (%)	ND	ND	●
		Tonners recolhidos para reciclagem (Kg)	ND	ND	●
	Locais de trabalho com recolha seletiva de resíduos	Locais de trabalho com recolha seletiva de resíduos (%)	Conclusão do plano de recolha seletiva de resíduos	Diagnóstico efetuado. Abordagem e planeamento em curso	●
	Desmaterialização e digitalização de processos (admissão e subscrição de modalidades)	Desmaterialização e digitalização de processos (admissão e subscrição de modalidades) (#)	A definir	ND	●
	Iniciativas orientadas à compensação da pegada ecológica	Número de iniciativas orientadas à compensação de pegada ecológica (#)	2	2	●
		Substituição de manga plástica das publicações associativas por matéria sustentável	A definir	Realizado	●
		Implementação da correspondência digital dirigida aos associados (%)	25%	Não realizado em 2019	●
	Implementação de medidas de redução de consumo de combustíveis	Continuação da substituição de equipamentos AVAC nos balcões	100%	40-80%	●
		Substituição de 1 equipamentos de <i>storage</i>	100%	0%	●

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI <sup>1</sup>	META	RESULTADO	
<b>Sensibilizar todos os stakeholders para o cumprimento das medidas de proteção ambiental definidas</b>	Criação de conteúdos orientados à sensibilização ao tema da sustentabilidade ambiental	Criação de conteúdos, em suporte digital	1	41	•
		Criação de conteúdos, em suporte impresso	A definir	5	•
	Veiculação de notícias da política ambiental do Grupo	Veiculação de notícias, através dos <i>media</i> , orientadas à comunicação da política ambiental do Grupo	A definir	16	•
<b>Envolver os colaboradores na implementação de Boas Práticas</b>	Comunicação interna da política de sustentabilidade	Criação de conteúdos orientados a público interno com o objetivo da comunicação da política de sustentabilidade	A definir	42	•
	Desenvolvimento do projeto de redução de consumos de material plástico de utilização única, mediante substituição por soluções sustentáveis	Eliminação dos copos de plástico para beber água e distribuição de garrafas e copos de vidro para as salas de reuniões	100%	100%	•
		Substituição dos copos e palhetas e plástico por copos de papel e paletinas de madeira para consumo de café	100%	100%	•

<sup>1</sup> KPI = Key Performance Indicator

ND – Não definido

\* excluindo as Renditas Vitalícias

\*\* não inclui além das modalidades fechadas as modalidades de capitalização e de garantia de pagamento de encargos

\*\*\* acrescido de assistência média online cerca de 100 pessoas, através de streaming, vídeo e áudio.

## Principais iniciativas desenvolvidas

### COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES ASSOCIATIVAS

O ano 2019 ficou marcado pela contínua afirmação da Associação Mutualista Montepio, sua atividade, valores e marca.

Novas funcionalidades e novos serviços, disponibilizados aos associados a partir de plataformas digitais, tornaram a Associação ainda mais relevante na vida dos seus membros, com o *site* a assegurar um crescente e muito significativo número de visitas, a APP a registar um número crescente de instalações,

o mesmo acontecendo com a página Ei – Educação, Informação no Facebook, e a inauguração da presença da marca na rede social Instagram a viabilizar comunicação e relação com novos públicos. Proximidade, fortalecimento de laços, afirmação da identidade associativa e mutualista, veiculação de valores e revelação de projetos e vantagens, definiram a atividade realizada neste período.

## **PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS IMPRESSAS**

### **REVISTA MONTEPIO**

A Revista Montepio, a publicação de maior tiragem a nível nacional, continuou a constituir um dos principais suportes de comunicação direta com os associados. Gratuita, de periodicidade trimestral e com uma audiência superior a um milhão de leitores, esta publicação suporta cada edição no objetivo de noticiar e promover a vida associativa, a atividade da Associação e a diversidade de soluções e vantagens desenvolvidas e colocadas à disposição dos associados. Complementarmente, inspira-se num jornalismo de antecipação para analisar as grandes questões, locais ou de dimensão e interesse globais, e oferecer aos associados e leitores entrevistas, reportagens e artigos de opinião que abordam os temas mais fraturantes da atualidade sob a lente da Associação Mutualista.

A Revista Montepio é também disponibilizada na App Store e Google Play e em PDF no *site* [montepio.org](http://montepio.org). Em 2019 foi distinguida com o Grande Prémio APCE, na categoria Publicação Externa.



### **JORNAL MONTEPIO JOVEM**

O Jornal Montepio Jovem, publicação trimestral de informação geral, é o principal suporte de comunicação da Associação Mutualista Montepio com os associados mais jovens (entre os 13 e os 20 anos de idade) e garantiu ao longo do ano, a partir de uma tiragem média de 59 000 exemplares, a descodificação de alguns dos temas mais complexos da atualidade, levando aos leitores os valores da Associação, além de uma visão de tendência sobre o que de melhor se faz em Portugal.

### **REVISTA VOA**

Dirigida ao público infantil (associados até aos 10 anos de idade), a revista VOA é o motor de dinamização e o principal cartão de visita do Clube Pelicas. Com edição trimestral e tiragem média de 41 mil exemplares, a Revista Voa acompanha os mais jovens nas suas descobertas, brincadeiras e experiências e constitui uma oportunidade de aprendizagem de novas temáticas e histórias, sempre suportadas em dinâmicas de leitura, passatempos, reportagens, jogos e sugestões culturais.

Esta publicação tem por objetivo aproximar os mais jovens dos valores do mutualismo, sustentabilidade, solidariedade, amizade e entreaajuda, mas também criar laços com os associados, transmitindo estes valores de forma lúdica, didática e pedagógica e desenvolvendo sentimentos de pertença. A Revista VOA foi distinguida, em 2019, com o Grande Prémio APCE, na Categoria Publicação Externa.

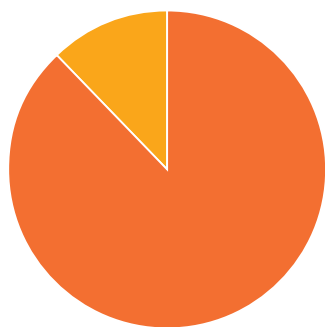
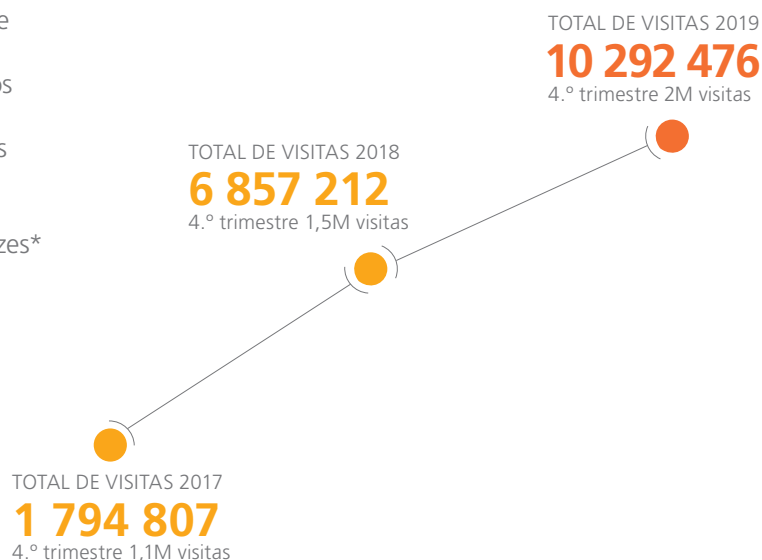


## COMUNICAÇÃO DIGITAL

### Ei – EDUCAÇÃO E INFORMAÇÃO

Em 2019, a disponibilização de conteúdos e ferramentas de educação financeira registou um crescimento de 55% face a 2018, o que tornou o Ei – Educação, Informação num dos principais motores das visitas ao *site*.

Se em 2018 o tráfego médio se fixava nas 570 mil visitas mensais ao *site* da Associação, em 2019 garantimos um público mensal médio superior a 850 mil visitas, o que permitiu que o *site* figurasse mais de 139 milhões de vezes\* nas pesquisas efetuadas.



2019  
**88%** das visitas entraram no *site* pelos conteúdos do Ei

**9M de visitas**

2018  
**86%** das visitas que entraram no *site* pelos conteúdos do Ei (**5,8M de visitas**)

2017  
**41%** das visitas que entraram no *site* pelos conteúdos do Ei (**712k de visitas**)

\* Número de impressões. Fonte: Search Console.

De referir que a principal audiência do perfil Ei no Facebook é feminina, situando-se a maior fatia no intervalo de idades entre os 55 e os 64 anos, situando-se a audiência masculina na faixa etária acima dos 65 anos.

Nº de visitas. Fonte: Google Analytics

### SITE E APP

As novas funcionalidades e serviços, nomeadamente a possibilidade de subscrever ou reforçar modalidades mutualistas através de soluções tão simples quanto uma referência MB, garantiram um serviço 24 horas por dia, 365 dias por ano, dotaram os gestores mutualistas de um canal complementar de relação com os associados e permitiram a admissão de novos associados sem relação bancária com o Banco Montepio. A atividade intensa promovida no *site* da Associação Mutualista Montepio, motivada pela subscrição online de modalidades, aquisição de presentes poupança, consulta de benefícios e inscrição em experiências, permitiu superar a meta dos 10 milhões de visitas, mais 3,4 milhões que no ano anterior. A APP registou um número crescente de instalações, cifrando-se em 49 mil desde a sua disponibilização, em 2017, ou seja, mais 19 mil que em período homólogo, contando com 22 700 *users* ativos (associados com notificações ativas).

### Modalidades mutualistas

Em 2019, a consulta de páginas referentes às modalidades mutualistas, disponíveis em *montepio.org* para subscrição, quadruplicou. O *site* acolheu cerca de 10 400 intenções de subscrição ou reforço de modalidades, tendo o canal digital contribuído em 25% para o montante total subscrito na modalidade Capital Certo.

As séries Poupança Expresso Net (3 anos) registaram o maior volume de subscrições, representando 63% do total subscrito *online*.



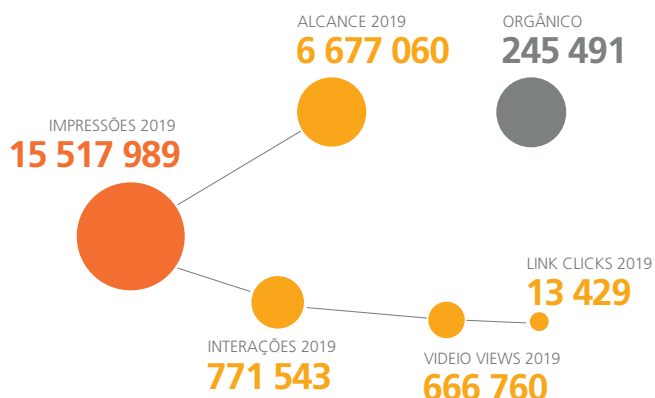
## INSTAGRAM

Com o objetivo de atrair associados mais jovens, a Associação inaugurou presença, no mês de junho, na rede social Instagram.

A página @ammontepio - "Juntos, pelo melhor da vida", serviu de *hub* de inspiração para os fãs, promovendo a Associação e permitindo à marca ganhar nova projeção, tornando-se aspiracional, envolvente e atrativa para os mais jovens, dimensões fundamentais para a renovação da base de associados.

Nos primeiros 7 meses de 2019 foi possível atingir 6 milhões de utilizadores, 245 mil dos quais de forma orgânica, o que confirma o potencial desta plataforma como meio de comunicação.

Com o racional criativo assente nas pessoas e seus interesses, a página @ammontepio revela a oferta da Associação Montepio e tem em vista a captação de seguidores e novos associados, enquadrados no *target* jovem, mais dinâmico e focado no benefício das melhores experiências de vida.



### SIGA OS PELICANOS

@ammontepio

Estamos **juntos pelo melhor da vida** na página de Instagram da Associação Mutualista Montepio.

Viva esta nova realidade e fique atento aos passatempos que podem levá-lo aos melhores espetáculos, aos eventos e atividades que apoiamos e promovemos e aos descontos de que pode usufruir por ser Associado.

SAIBA MAIS



Alimentada com conteúdos relevantes, esta página dá suporte à oferta promocional em curso na Associação, tendo também por objetivos gerar *awareness*, massificação e tráfego para o *site*.

Ao perfil @ammontepio, a Associação Mutualista associou o *hashtag* #SegueOsPelicanos, uma iniciativa dinâmica, assente no símbolo e valores da Associação Mutualista, e que parte de um conceito único e proprietário da marca e do seu símbolo. A Instituição conquistou terreno na comunicação com os segmentos mais jovens, que passaram a seguir Os Pelicanos e a descobrir o caminho para um mundo de vantagens e experiências.

Com uma média de 4 600 gostos mensais, que confirmam a afinidade entre os fãs e o conteúdo, foram encaminhados para o *site* da Associação, de setembro a dezembro, 7 893 utilizadores provenientes desta rede social.



## APOIO À CULTURA

Em 2019, a Associação Montepio continuou fortemente empenhada na defesa e promoção da língua e cultura portuguesas, garantindo apoios relevantes a projetos artísticos nacionais.

A política de patrocínios, sempre centrada na atribuição de benefícios aos associados, reforçou a ligação da marca à música, às pessoas e à partilha de emoções, e contribuiu para a divulgação de novos projetos musicais, artistas revelação e sonoridades.

O apoio a novos projetos, mas também às *tournées*/concertos de Bruno Chaveiro, Hélder Moutinho, João Pedro Pais, Miguel Gameiro, Carlos Leitão, Custódio Castelo, Dead Combo, Banda Sinfónica Portuguesa, Diogo Piçarra, Jorge Palma, Cátia Guerreiro, Lenita Gentil, Maria Ana Bobone, Ópera Spectacular, Paulo de Carvalho, e Ricardo Ribeiro foram disso exemplo.

São também merecedoras de destaque as iniciativas levadas a cabo com o objetivo de aproximar a Associação Montepio dos associados jovens, e que foram complementadas com ações orientadas à captação de novos associados. Constituem exemplo o Festival Montepio Às Vezes o Amor, de cobertura nacional, os festivais de verão NOS Primavera Sound (Porto), NOS Alive (Lisboa), Vodafone Paredes de Coura, Douro Rock (Peso da Régua), EDP Cool Jazz (Cascais) e Montepio Fado Cascais.

Mas a atuação da Associação Montepio na esfera cultural não se esgotou na música, tendo sido alargada ao Teatro, com o apoio a peças como "A Pior Comédia do Mundo", "Severa", "Bonecas", "Emigrantes", "Zoom", "Insónia" e "Chicago", iniciativas que garantiram a atribuição de descontos exclusivos a associados. Na resposta aos interesses e expectativas dos associados infante-juvenis, destacam-se ainda os apoios aos projetos "Rapunzel", "Feiticeiro de Oz", "Heidi", "Shrek",

## CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

O ano foi profícuo em iniciativas orientadas à comunicação da solidez, experiência, inovação e diversidade de atuação da Associação.

## CARTÃO ASSOCIAÇÃO MUTUALISTA MONTEPIO\_REPSOL

Com o objetivo de estimular a utilização do Cartão AMM\_Repsol, afirmar os benefícios associados a esta oferta e aprofundar a perceção sobre as vantagens reservadas para a comunidade associativa, foi desenvolvida a campanha "Desconto sobre desconto em combustível".

"Rainha da Neve", "Corcunda de Notre Dame", Festival Panda e Panda e os Caricas.

Estas iniciativas, orientadas aos interesses da comunidade de associados e da sociedade em geral, permitiram impactar milhões de portugueses, captar novos associados, mas também afirmar o posicionamento da Associação enquanto organização determinada a acompanhar a vida dos seus associados, com respostas complementares às necessidades de proteção e previdência, nomeadamente através da disponibilização de projetos e iniciativas nas áreas da cultura e bem-estar, de abrangência nacional e âmbito multigeracional.



Ajustada a quantos pretendem poupar mais em combustível, esta campanha partiu do benefício para afirmar a relevância da parceria firmada com a Repsol, o valor gerado para os associados e as vantagens reservadas a quem integra a Associação Mutualista Montepio, aportando mais valor à relação associativa.

## FESTIVAIS DE VERÃO / MUSICAÓLICOS – PARA QUEM NÃO VIVE SEM MÚSICA

Para comunicar a atuação da Associação na esfera cultural, foi desenvolvido o conceito “Musicaólicos, para quem não vive sem música”, que permitiu agrupar as iniciativas resultantes de apoios na esfera da música. Assim, e em resultado da presença da Associação Montepio nos principais festivais de verão, foi desenvolvida uma nova dinâmica de ativação da marca, através da qual os fãs foram convidados a seguirem a *hashtag* #SegueOsPelicanos, a usufruírem dos desafios lançados e a integrarem a ação de “Member get Member” que esteve associada.



## POUPANÇA COMPLEMENTAR

De 14 de outubro a 26 de novembro, a Associação Montepio promoveu uma ação orientada à subscrição da modalidade Poupança Complementar, destinada a atuais e novos associados, através da qual assegurou a oferta exclusiva de um cartão de combustível do parceiro Repsol, no valor de 10€. Este estímulo à poupança resultou em 2 500 novas subscrições da modalidade, 886 das quais constituídas por novos associados.



Destaque, a título de exemplo, para: a campanha realizada por ocasião do regresso às aulas - “Educar é dar asas para voar” -, que promoveu a Série Poupança Educação + (8 anos e 1 dia) veiculando uma mensagem de preparação do futuro dos mais jovens;

- a ação suportada na oferta temporária do valor da joia de admissão e orientada à difusão do mutualismo e à adesão de novos associados, que contribuiu para o crescimento do número de associados na ordem dos 15%, quando comparado com a média dos dois meses que antecederam esta iniciativa;

## ADMISSÃO E REFORÇO DA RELAÇÃO ASSOCIATIVA

Foram várias as iniciativas realizadas tendo em vista a captação de novos associados, o reforço da relação com a comunidade de membros e a veiculação de mensagens destinadas a afirmar a importância da poupança e da proteção complementar.



- ou a dinâmica assegurada a partir do patrocínio ao Festival Panda e Festival Panda e os Caricas, alinhada com o objetivo estratégico de fidelização de associados menores e captação de novos associados, que assegurou a disponibilização de ingressos a 2 066 associados que, no período de campanha, realizaram subscrições/reforços na



modalidade Poupança Complementar Jovem. Também no âmbito Montepio Saúde foram dinamizadas iniciativas, nomeadamente uma ação preventiva na área da Medicina Dentária, implementada no último trimestre do ano, e que permitiu a disponibilização gratuita de uma consulta de higienização oral e de uma ortopantomografia em mais de 60 clínicas, distribuídas por território nacional.

A oferta de *vouchers* ao universo de mais de 600 mil associados teve por objetivo promover a saúde oral, reforçar o programa de vantagens e traduzir, numa ação, o modo como a Associação Mutualista atua no sentido do desenvolvimento e disponibilização de ofertas integradas e completas de respostas orientadas às necessidades e expectativas da comunidade de associados.



## BLACK WEEK – A POUPANÇA QUE O LEVA ÀS COMPRAS

De 25 de novembro a 2 de dezembro, a Associação voltou a inovar, desta feita com a campanha de comunicação “BLACK WEEK – A Poupança que o leva às compras”, centrada no estímulo à poupança num período em que as marcas apelavam ao consumo.

Aos associados que responderam ao desafio lançado pela Associação Montepio – subscrever uma modalidade Expresso Net ou +Net –, foi oferecido um Cartão Dá, carregado com 25 euros.

Esta ação permitiu impactar associados com uma média etária na ordem dos 38 anos de idade, dez anos inferior à média das séries.



## KITS PRESENTE-POUPANÇA

A experiência e os resultados alcançados no final de 2018 com a colocação, através do *site*, de Presentes Poupança – uma nova forma de estimular a poupança junto dos associados, potenciar a admissão de novos associados e ativar a rede de parceiros –, gerou uma nova oportunidade de crescimento da atividade, suportada numa jornada digital realizada tendo por base *montepio.org*.

Inovação, rapidez e eficiência permitiram que, ao longo de 2019, se colocassem 1 800 Presentes Poupança, num forte contributo para a afirmação da marca e dos seus atributos de inovação, admissão de novos associados e subscrição e reforço de poupanças.



## PROGRAMA DE EXPERIÊNCIAS

O Programa de Experiências Associação Mutualista Montepio, desenvolvido com o objetivo de apoiar o estreitamento de laços com a comunidade associativa, fomentar uma relação mais emocional com a marca, mas também dar maior visibilidade aos benefícios colocados à disposição de quantos integram a família Montepio, foi aprofundado em 2019, tendo sido garantida diversidade de iniciativas culturais, formativas, lúdicas e de bem-estar colocadas ao dispor dos associados.

O Programa AMME, estruturado em 7 categorias, reuniu, ao longo de 2019, 7 430 associados e 2 253 acompanhantes (potenciais associados), de norte a sul do país, que participaram num total de 367 experiências. "Caminho Português de Santiago", "Masterclass Infantil com Cátia Goarmon", "Jantar e Meet & Greet com os Blind Zero", "Comboio Presidencial", "Elite Training Camps" no Sport Lisboa e Benfica, "A Bordo do MSC Sinfonia (Madeira)", "Jantar Real no Convento de Cristo", "Conhece os amigos do Panda", "Dormir com os Tubarões", "Glamping na Gardunha", "Uma noite na Casa da Árvore", "Navegue e Pernoite no Alqueva", "Voo de Balão de ar quente", "Escola de Magia do Harry Potter", "Meet & Greet com os The Script", "Chef's on Fire", "Caminho da Costa a Santiago", "Santiago – Finisterra", "Rota das Aldeias Históricas", "Comboio Presidencial", "Rota das Aldeias Vinhateiras", "Sobrevoando o Alqueva", "Domus Geodesicos na Serra da Gardunha", "Lisbon Under Star", "São Martinho na Ermelinda Freitas", são apenas algumas das iniciativas que garantiram o sucesso deste projeto.



### JANEIRO A DEZEMBRO DE 2019

#### N.º de Experiências (realizadas) por categoria AMME\_JANEIRO 2019 - DEZEMBRO 2019

	Saber	Crescer	Apreciar	Conhecer	Desfrutar	Descobrir	Correr	TOTAL
Experiências	8	75	113	59	44	63	5	367
Participantes	35	1 663	4 304	1 396	549	1 626	110	9 683

## CLUBE PELICAS

Em 2019 foram muitas as iniciativas desenvolvidas no âmbito do Clube Pelicas e dedicadas às crianças associadas e suas famílias, sempre com o objetivo de disseminar os valores do mutualismo - igualdade, respeito pelo próximo, não discriminação e solidariedade.

A promoção de atividades em áreas de interesse dos mais jovens e/ou dos pais e educadores constituiu prioridade do Clube, que realizou iniciativas nas áreas da cultura, tecnologia, ciência, dança, desporto, além da Corrida Pelicas, Corrida Montepio, Corrida São Silvestre da Pequeneda ou Meia Maratona de Cascais.

O Clube Pelicas, alinhado com o Programa de Experiências, promoveu iniciativas destinadas a crianças até aos 10 anos, nomeadamente uma sessão de Masterclass com a Chef Cátia Goarmon, um ATL de verão e de Natal, diversas antestreias de cinema infantil, assim como debates e conversas com pais e educadores. Também o tema da alimentação saudável, concretizado a partir da parceria firmada com a APCOI - Associação Portuguesa Contra a Obesidade Infantil, inspirou a atividade do Clube.



## ESPAÇOS ATMOSFERA M

Os espaços atmosfera *m* continuaram a cumprir a sua missão de aposta numa oferta diversificada, orientada a associados e não associados.

Neste quadro, os espaços de Lisboa e Porto acolheram 1 273 eventos, totalizando 4 890 horas de ocupação e 27 611 participantes, dos quais 15 986 associados Montepio. Num âmbito mais geral, os espaços acolheram um total de 113 326 pessoas.

Foi mantida a colaboração com instituições públicas e sem fins lucrativos, de que constituem exemplos a Associação Alzheimer Portugal, a Associação Aldeias SOS Portugal, a Associação Coração Amarelo, a Associação Nuvem Vitória, a Plataforma Portuguesa Organizações Não-Governamentais para o Desenvolvimento, A Beneficência Familiar - Associação de Socorros Mútuos, a European Anti Poverty Network (Rede Europeia Anti-Pobreza) ou a ENTRAJUDA - Apoio a Instituições de Solidariedade Social, GEOfundos, TESE - Organização Não Governamental para o Desenvolvimento, RUTIS Porto – Rede de Universidades Seniores e Alto Comissariado para as Migrações. Os espaços mantiveram ainda a tradição de promover três ações de recolha de sangue ao longo do ano, realizadas em parceria com os Serviços Sociais Montepio e o Instituto Português do Sangue.

As bibliotecas do Porto e Lisboa, com acervo dedicado à temática da Economia Social, mantêm-se como espaço de preferência de estudantes universitários, totalizando os 4 568 utilizadores.



Para o público infanto-juvenil foi disponibilizada uma oferta de atividades lúdico-pedagógicas abrangente, que impactou 404 crianças, dos 6 meses aos 15 anos de idade.





## **RUNNING E APOIO AO DESPORTO**

### **Move – o desporto é uma causa nossa**

O investimento, apoio e envolvimento da Associação Mutualista Montepio na área do Desporto, com especial enfoque no *running*, tem garantido à Instituição um reconhecimento de particular importância.

Com o objetivo de agregar todas as iniciativas ligadas à prática desportiva e apoiadas pela Associação Montepio, foi lançado, no início de setembro, o conceito MOVE – O Desporto é uma causa nossa.

Provas como a Corrida Montepio, Corrida Pelicas, Montepio Sintra Trail X'Treme, Montepio Meia Maratona de Cascais, Ultramaratona Melides-Troia, São Silvestre da Pequeneda e Montepio Octakids foram comunicadas tendo por base este novo conceito.



### **7.ª Corrida Montepio**

A 7.ª edição da Corrida Montepio, realizada a 27 de outubro, assumiu, uma vez mais, um cariz solidário, tendo reunido associados, clientes e amigos do Grupo Montepio.

Entre atletas profissionais e amadores, os cerca de 6 mil participantes permitiram angariar 35 500 euros, receita proveniente das inscrições e que, este ano, reverteu na totalidade a favor da Comunidade Vida e Paz.



### **5.ª Corrida Pelicas**

A 5.ª edição da Corrida Pelicas, iniciativa dirigida às crianças e famílias, reuniu cerca de 2 500 pessoas no estádio do Inatel, em Lisboa.

De cariz solidário, permitiu a angariação de 8 000 euros, provenientes das inscrições, que reverteram a favor das Associações SOL e APSI.



### **Outras provas desportivas**

Aproximar a Associação e a sua marca da vida das pessoas, seguindo tendências e movimentos sociais, são objetivos para os quais a Associação vem trabalhando. A área do *running* constitui uma das apostas fortes.

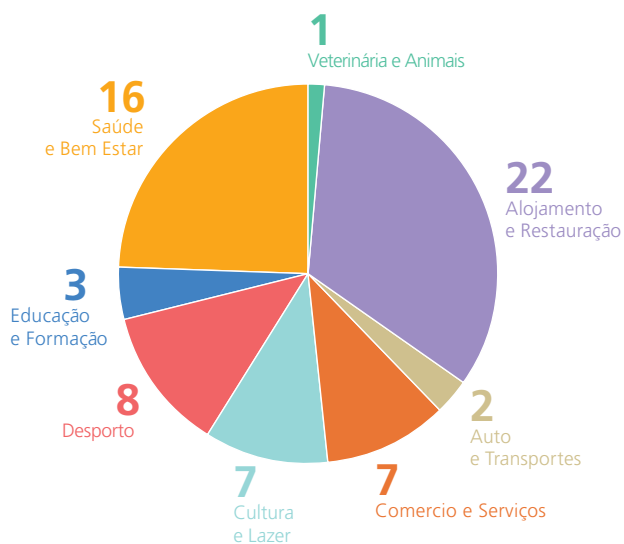
Neste quadro, a Associação garantiu presença na Montepio Meia Maratona de Cascais, Montepio Sintra Trail X'treme e Ultramaratona Atlântica Melides Troia, fortaleceu o apoio, na qualidade de parceiro oficial, à Associação de Atletismo de Lisboa e, por essa via, ao torneio Montepio Octakids; esteve presente na Corrida Clube Pelicas São Silvestre da Pequeneda e na The Color Run.



## BENEFÍCIOS COMPLEMENTARES (PARCERIAS)

A Associação Montepio tem mantido uma política de celebração de parcerias destinada a proporcionar aos associados condições preferenciais na aquisição de produtos

### Parcerias celebradas em 2019, por área de atividade



e serviços junto das entidades parceiras. No âmbito dos Benefícios Complementares, foram desenvolvidas negociações que permitiram a concretização de 66 novas parcerias, abrangendo as seguintes áreas: Gráfico: Parcerias celebradas em 2019, por área de atividade

Em 2019, importa salientar a concretização de parceria com a CP – Comboios de Portugal, com o grupo nacional de medicina dentária OralMED Saúde ou com a marca portuguesa de mobiliário e decoração Kinda Home.

Nos parques temáticos, destacam-se os acordos com o Dino Parque, na Lourinhã, e, em Lisboa, com os parceiros Hello Park e Bounce.

As áreas de Alojamento e Restauração e Saúde e Bem-Estar foram reforçadas com novos parceiros, prosseguindo o objetivo de alargar o leque de vantagens e benefícios suscetíveis de promover a qualidade de vida e o bem-estar dos associados e seus familiares. A título de exemplo, as parcerias estabelecidas com o Grupo Malo Clinics e Fábrica dos Óculos beneficiaram, em 2019, mais de 1 950 associados e suas famílias.



O ano terminou com 1 206 parcerias, 100 das quais empresas de âmbito nacional.

A Repsol continua a merecer a preferência dos associados utilizadores, com interessantes níveis de consumo. Esta parceria garante o desconto imediato de 6 cêntimos por litro de combustível, que pode acumular com outros descontos e vantagens em vigor na rede de Estações de Serviço Repsol aderentes, em Portugal Continental e Madeira.

Ao longo de 2019 foram emitidos cerca de 29 mil novos cartões AM Montepio\_Repso, com uma média mensal de 110 mil utilizadores, tendo o montante do benefício acumulado, para os utilizadores, ascendido a 5,9 milhões de euros.

O benefício total acumulado desde o início da parceria, em outubro de 2009 até dezembro de 2019, permitiu que os associados utilizadores do cartão AM Montepio\_Repso poupassem mais de 60 milhões de euros na aquisição de combustíveis, num total aproximado de 1 000 milhões de litros abastecidos desde 2009.

### Benefício Gerado (mil €)

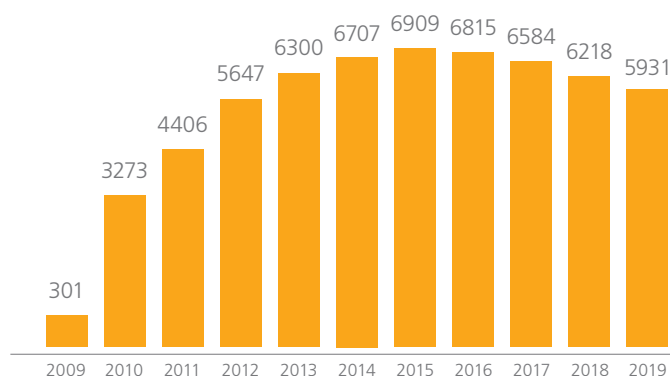


Gráfico: Evolução do benefício total usufruído pelos associados utilizadores do Cartão AM Montepio\_Repso

Do alargado leque de vantagens e descontos para associados, é ainda de destacar a parceria com a Rede Nacional de Expressos/RENEX que, na área dos transportes coletivos, proporcionou descontos nas bilheteiras e na compra *online* de títulos de transporte em viagens realizadas por mais de 20 mil associados.

Na área da Cultura e Lazer, de um total de 17 mil associados que usufruíram de descontos nesta área, os descontos nos Cinema City e nos principais parques temáticos - Zoomarine e Aquashow, no Algarve, e Sea Life, no Porto, continuaram a merecer preferência, tendo beneficiado 9 300 associados.

## **PARTICIPAÇÃO EM INICIATIVAS DE ÂMBITO INSTITUCIONAL**

### **Futurália**

Tendo em vista a promoção da atividade e oferta da empresa Montepio, Residências para Estudantes, S.A., promotora do projeto Montepio U Live, que proporciona aos estudantes alojamento de qualidade em ambiente familiar no centro das grandes cidades, a preço ajustado, foi assegurada presença, de 3 a 6 de abril, na exposição Futurália, realizada na Fil, em Lisboa, evento que acolheu a visita de mais de 80 mil participantes.



### **Portugal Economia Social**

Na qualidade de maior associação e maior mutualidade portuguesa, a Associação Mutualista Montepio marcou também presença, pelo 4.º ano consecutivo, no Fórum de Debate "Portugal Economia Social".

Este encontro de empreendedorismo e inovação social teve lugar no Centro de Congressos de Lisboa, ao longo de dois dias, e serviu de montra para o setor da economia social, dando a conhecer os mais recentes desenvolvimentos nesta área.

Associação Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio comunicaram, de modo integrado e a partir de um mesmo espaço, a atividade desenvolvida nas áreas da economia social, empreendedorismo, intervenção social e solidariedade.





## **CARTÃO MONTEPIO SAÚDE**

O aumento da despesa das famílias nas áreas da proteção social e de serviços de saúde tem justificado uma oferta crescente de serviços de saúde por entidades privadas. Neste quadro, a solução desenvolvida pela Associação Montepio e destinada a integrar benefícios distintivos e complementares à oferta de mercado – motivada pelo atual contexto socio demográfico, que identifica o envelhecimento da população, o aumento da esperança média de vida e restrições orçamentais do Estado ao nível da prestação de cuidados de saúde –, agrega um conjunto de condições especiais e vantagens no acesso a cuidados de saúde praticados numa extensa e qualificada rede de prestadores.

A rede de prestadores associada ao Cartão Montepio Saúde tem uma configuração distinta da generalidade das redes existentes, na medida em que se estrutura em torno de parceiros estratégicos que constituem entidades de referência no setor e partilham a matriz de valores da Instituição.

Atualmente, integram este projeto parceiros líderes do mercado de saúde privada em Portugal, dos quais se destacam a José de Mello Saúde, líder do mercado de saúde privada em Portugal, o Grupo HPA Saúde, prestador de referência no Algarve, Alentejo e Ilhas, a União das Misericórdias Portuguesas, que reúne mais de quarenta unidades de saúde com presença preponderante no norte do país, e o Grupo Germano de Sousa entidade de referência e especialista na área da medicina laboratorial. O Plano Montepio Saúde, lançado a 10 de julho de 2017 com a distribuição de mais de 610 mil cartões ao universo de associados efetivos, tem sido utilizado em



volumes crescentes, tendo ultrapassado, no final de dezembro, 13 milhões euros de valor global de faturação, e registando mais de 423 mil utilizações em hospitais, clínicas generalistas e de medicina dentária, unidades de imagiologia e laboratórios. Destas utilizações resultaram benefícios em descontos substanciais para os associados, na ordem dos 11 milhões de euros, o que corresponde a um desconto médio de 43% face às tabelas de preços privados. Em 2019, o volume global de faturação ultrapassou os 6,2 milhões de euros, tendo os níveis médios de faturação entre 2018 e 2019 crescido ao ritmo de 16,5%.

Apesar de oscilações inerentes à sazonalidade desta atividade, verifica-se globalmente uma tendência evolutiva positiva, representativa da pertinência desta resposta na vida quotidiana dos associados. Esta evolução reflete-se nos níveis de utilização do Cartão Montepio Saúde - mais de 12% do valor faturado corresponde a atos clínicos de valor mais elevado, habitualmente associados a seguros, como sejam cirurgias e internamentos.

## **ESTUDOS SOCIAIS E ATIVIDADES MUTUALISTAS**

- “Abandono associativo - 2018” (perfil dos associados, modalidades e motivos de saída).
- “Retrato Associativo AMM 2018”.
- Apresentação de dados do Pro.Mo Saúde, através dos Posters “Nota Metodológica” e “Diabetes”, no stand da APM-RedeMut, durante o I Congresso Nacional das Associações de Pessoas com Diabetes, em Mêda (12 e 13 de abril).
- Coordenação editorial da página semanal “Economia Social” no Jornal de Negócios (48 páginas publicadas em 2019).
- Assinatura de Protocolos de Cooperação com o ISCSP-UL e o ISCAP-IPP, para divulgação e apoio a cursos de formação pós-graduada em Economia Social.

- Conferência Internacional “Finance et intérêt général: donner du sens à l’argent”, em Paris, organizada pelo CIRIEC-França (7 de fevereiro)
- Seminário “Novas faces do cuidar”, em Lisboa, organizado pelos Inválidos do Comércio (4 de abril), com intervenção no painel “O Papel das IPSS” sobre “Cuidar, construir a solidariedade, promover a cidadania”.
- 7.ª Conferência Internacional do CIRIEC de Investigação em Economia Social, em Bucareste, organizada pelo CIRIEC Internacional (6 a 9 de junho), com intervenção sobre “A Economia Social e a implementação dos ODS”.
- Participação, como presidente do Conselho Fiscal do IPPS - Instituto para as Políticas Públicas e Sociais.

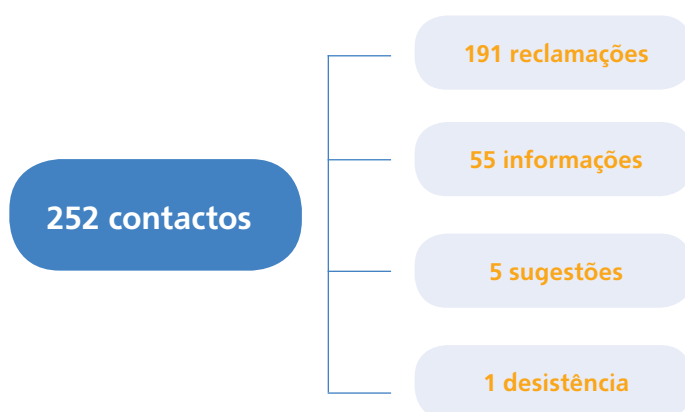
## GESTÃO DAS RECLAMAÇÕES

A Gestão das Reclamações na Associação Montepio é da competência do Núcleo da Provedoria do Associado, integrado no Gabinete de *Compliance*, o qual se encontra na dependência do Conselho de Administração da Associação, atuando como ponto centralizado de receção e resposta, a nível interno e externo.

Esta unidade orgânica foi criada em 2018 com o objetivo de assegurar uma melhoria contínua dos serviços e um fortalecimento da relação com os associados.

De seguida apresentam-se os principais indicadores quantitativos nos dois anos de atividade:

	2018		2019	
	Número	Percentagem (%)	Número	Percentagem (%)
<b>Número total de contactos registados cujo órgão visado está integrado na Associação Montepio</b>	232	N.A.	252	100
<b>Número de reclamações registadas sobre o total de contactos</b>	186	80	191	76
<b>Novas reclamações (as restantes são insistências)</b>	171	92	181	95
<b>Índice de reclamações (reclamações / 1000 associados)</b>	0,19	N.A.	0,19	N.A.
<b>Tempo médio de resposta a contactos (dias úteis)</b>	3,7	N.A.	5,8	N.A.
<b>Contactos respondidos em 8 dia úteis ou menos</b>	209	90	213	85
<b>Contactos com provimento</b>	142	61	126	50
<b>Reclamações com provimento</b>	102	55	79	41



# DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS DIFERENCIADORES



o que oferecemos aos nossos  
associados e clientes são soluções



# DISPONIBILIZAR PRODUTOS E SERVIÇOS DIFERENCIADORES

## 65 467€

Apoio a *Start ups* da  
Economia Social

## 175

Empregos criados a partir do microcrédito

## 583 030

Clientes com documentação digital

Em 2019, ano de comemoração dos 175 anos de existência do Banco Montepio, a marca Banco Montepio apresenta-se ao mercado com uma nova imagem, na qual o logótipo é a face mais visível da transformação que o Banco Montepio continua a levar a cabo, em linha com o objetivo de proteger e reforçar a sua reputação enquanto marca distintiva no setor bancário.

A evolução da marca para a identidade atual reflete a nova visão do Banco Montepio: um banco nacional e independente, cada vez mais perto dos portugueses. A nova imagem respeita o património histórico e cromático da Instituição, mas evoluiu no sentido de representar a força e a confiança de um banco preparado para enfrentar os desafios do futuro.

O **pelicano**, símbolo ancestral da marca, representa a força e a confiança. O **azul**, herdado da história do Montepio, é o legado, que transmite confiança, segurança e determinação. E, o novo **amarelo**, mais otimista e enérgico, simboliza a proximidade, a inovação e a renovação. A promessa de futuro revela-se na assinatura de marca, que se mantém: "Valores que crescem consigo".



Banco Montepio

## Criação e distribuição de valor

(em milhares de euros)		2017	2018	2019
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Produto Bancário	505 267	377 352	429 483
	Provedores de capitais	0	0	0
	Estado	6.470	-963	722
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Fornecedores	87 005	77 726	65 489
	Colaboradores	156 207	156 004	157 567
	Comunidade	879	662	749
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>		254 706	143 923	204 956

## Desempenho 2019

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI <sup>1</sup>	META	RESULTADO	
<b>AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE</b>					
<b>Garantir a definição de uma política de sustentabilidade em cada entidade do Grupo delineada à luz da presente estratégia</b>	Adoção de uma perspetiva de Grupo em matérias de desenvolvimento sustentável	Publicações do Comité de Sustentabilidade [#]	2	1	•
		Apoio a entidades das áreas da Economia Social e do Empreendedorismo Social [#]	7	8	•
<b>Promover o desenvolvimento da Associação Mutualista como uma das maiores mutualidades da Europa e como uma das entidades associativas de referência da Economia Social</b>	Aumento do financiamento e investimento a novos projetos inovadores e sustentáveis e <i>start ups</i> da economia social	Apoio a projetos das entidades da Economia e do Empreendedorismo Social [€]	50 000	65 476	•

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI¹	META	RESULTADO	
<b>Afirmar o Banco Montepio 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 [-]	15	27	●
	Aprofundamento do investimento em microcrédito e apoio ao empreendedorismo social	Projetos de microcrédito apoiados [#]	110	119	●
		Montante de micro crédito concedido [€]	2 000 000	2 078 449	●
		Empregos criados - microcrédito [#]	165	175	●
	Alargamento da penetração no mercado da economia social e clara diferenciação de produtos bancários e seguradores para esta área	Cientes terceiro setor [#]	8 000	8 007	●
		Cientes terceiro setor [% universo potencial]	11%	11,55%	●
		Variação no número de clientes [%]	3%	2%	●
		Produtos específicos para o terceiro setor [#]	6	7	●
		Crédito concedido [€]	ND	33 002 563	●
		Variação no volume de crédito concedido [%]	ND	3,95%	-
		Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira para crianças e para adultos	Ações presenciais de educação financeira (#)	2	2
	Oferta de produtos com preocupações sociais e indutora de práticas de responsabilidade social nos clientes	Produtos existentes [#]	12	14	●

## FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS

<b>Manter e reforçar a humanização das relações entre o Grupo Montepio e as suas diversas partes interessadas (stakeholders)</b>	Garantir a gestão integrada do capital humano	Taxa de absentismo no Banco Montepio (%)	= ou <6%	6,03%	●
		Equipamentos ergonómicos disponibilizados aos colaboradores (%)	50%	76%	●
		Apoio psicológico em situações de crise (%)	95%	100%	●
		Nível de satisfação dos colaboradores com as iniciativas da Academia Montepio (%)	= ou >75 %	55%	●
		Formação aos colaboradores (#)	= ou >35h colaborador/ano	43h	●
		Avaliadores com formação em gestão de desempenho (%)	>85%	12%	●
		Colaboradores abrangidos por sistema de avaliação de desempenho (%)	100%	98%	●
		Ações de envolvimento dos colaboradores (Semana do bem-estar, Evento de comemoração da passagem aos quadros, M Talks , Lunch with the Board e Café com o CEO/ Presidente)	Semana do bem-estar:1	Semana do bem-estar:1	●
			Evento de comemoração de passagem aos quadros:1	Evento de comemoração de passagem aos quadros:1	●
			M Talks:6	M Talks:6	●
			Lunch with the Board:6	Lunch with the Board:6	●
Café com o CEO/ Presidente:6	Café com o CEO/ Presidente:6		●		

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI¹	META	RESULTADO	
<b>Manter e reforçar a humanização das relações entre o Grupo Montepio e as suas diversas partes interessadas (stakeholders)</b>	Garantir a gestão integrada do capital humano	Comunicação com os colaboradores ( <i>Intranet, Skypecalls</i> e <i>Minuto M</i> )	Minuto M:3 <i>Skypecalls</i> :20 Evento de <i>Streaming</i> :1	Minuto M:3 <i>Skypecalls</i> :20 Evento de <i>Streaming</i> :1	● ● ●
		Curso de <i>e-learning</i> de voluntariado do voluntariado do Grupo Montepio para novos colaboradores e trainees do Banco e restantes participadas	ND	ND	●
		Campanha vacinação anti-gripe	95%	99%	●
	Reforçar a relação com os clientes	Tráfego do site do Banco em 2019 (#) de visualizações	50 000 000	54 548 894	●
		Parceria com o programa de literacia financeira "O Banco explica" da Rádio Renascença	100%	100%	●
		Fomentar a comunicação com clientes	16	29	●

#### COOPERAÇÃO, PARCERIA E CADEIA DE VALOR

<b>Reforçar as relações e a rentabilização de sinergias dentro do Grupo</b>	Programa de Voluntariado do Grupo Montepio	Voluntários (#)	700	750	●
		Programas de Intervenção Local PIS (#)	33	41	●
	Desenvolvimento de iniciativas e projetos de responsabilidade social com outras empresas do Grupo no âmbito do Comité	Iniciativas de responsabilidade social conjuntas com outras entidades do Grupo Montepio	6	5	●
<b>Desenvolver uma cartografia de recursos externos e estimular a sua convergência</b>	Identificação das boas práticas na Economia Social	Criação do estatuto IPSS Líder	ND	ND	●
		Revisão atualista da intervenção com ganhos de eficiência a partir da rentabilização de recursos	Lançamento da plataforma social/ empresarial Lançamento da bolsa de voluntariado/ mentores e espaços de <i>co-working</i>	ND ND	ND ND
<b>Alargar a capilaridade e focalização da intervenção</b>	Capacitação das entidades da Economia Social	Ciclos de formação para o setor social	ND	ND	-
		Visibilidade das entidades da Economia Social	Número de seguidores do <i>Facebook</i> do E-Social	8 000	7 398
	Número de seguidores do <i>Instagram</i> do E-Social		600	674	●

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI¹	META	RESULTADO		
<b>Fortalecer as redes de parceria internas e externas e a promoção do tecido empresarial e da Economia Social</b>	Protocolos de colaboração e parcerias comerciais para promoção do tecido empresarial e da economia social	Protocolos e Parcerias com Associações Empresariais(#)	20	20	●	
		Protocolos e Parcerias com estruturas representativas da ES (#)	10	10	●	
	Promover a participação do Banco em iniciativas que reconheçam a sustentabilidade das empresas	Identificação de prémios (#)	2	4	●	
	Promover uma campanha de recolha de resíduos com a ERP Portugal	Valor correspondente à(s) recolha(s) e donativo entregue às instituições do segmento da Economia Social (#)	ND	ND	-	
		Número de equipamentos a instalar nos edifícios (Alfragide, Avenida de Berna, Castilho, Júlio Dinis e Les Palaces)	10	14	●	
	Implementação do Código de conduta nas relações comerciais realizadas	Implementação do Código de conduta nas relações comerciais realizadas	Implementação	O início da implementação ocorrerá em 2019 mantendo-se em 2020	●	
		Integrar critérios de sustentabilidade nas consultas ao mercado	Sempre que definidos nos requisitos técnicos pelas U.R. ou aquando identificada essa possibilidade na interação com o mercado	A implementação está sempre <i>on-going</i>	●	
	<b>Reduzir e repor a pegada ecológica</b>	Desmaterialização de comunicação	Iniciativas de transformação digital: redução na impressão de folhetos físicos (substituição por monofolhas digitais/emailings) Modo de medição: orçamento gasto em folhetos físicos 2019 vs. 2018	Redução de 30%	Redução de 65%	●
			Clientes com documentação digital (#)	720 000	583 030	●
			Produtos indutores da adesão ao serviço de documentação digital (#)	3	3	●
Digitalização e atualização dos produtos (%)			100%	100%	●	
Iniciativas de transformação digital (#)			2	2	●	
Transformação do suporte de folhetos para suportes digitais (#)			9	9	●	
Publicação do Preçário em suportes digitais (#)			9	9	●	
Continuação da desmaterialização de processos: Subscrição de Produtos			100%	100%	●	
Continuação da desmaterialização de processos: Depósitos a Prazo			100%	100%	●	
Continuação da desmaterialização de processos: Operações de Caixa			100%	100%	●	
Continuação da desmaterialização de processos: Abertura de conta DO Empresas Digital	100%	100%	●			

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI¹	META	RESULTADO	
<b>Reduzir e repor a pegada ecológica</b>	Desmaterialização de comunicação	Continuação da desmaterialização de processos: Crédito Pessoal desmaterializado <i>on-line</i>	100%	100%	●
		Continuação da desmaterialização de processos: Abertura de conta DO Particulares <i>on-line</i> (Conta ON)	100%	100%	●
	Medição da pegada ecológica	Redução do consumo de eletricidade (%)	-5%	-7%	●
		Redução do consumo de combustíveis (%)	-2%	-4%	●
		Redução do consumo de papel (%)	-4%	6%	●
		Redução das emissões de CO2 diretas (ton) - combustíveis	-2%	-4%	●
		Redução das emissões de CO2 indiretas (ton) - eletricidade	-5%	-7%	●
	Medição da pegada carbónica da AMM e do Banco	Implementação da medição da pegada de carbono	Implementar	0%	●
	Prática generalizada do processo de reciclagem de plástico e papel	Aumento do plástico recolhido para reciclagem (%)	Conclusão do plano de recolha seletiva de resíduos	Diagnóstico efetuado. Abordagem e planeamento em curso	●
		Porcentagem do papel recolhido para reciclagem face ao papel adquirido (%)			●
		Tonnners recolhidos para reciclagem (Kg)			●
	Locais de trabalho com recolha seletiva de resíduos	Locais de trabalho com recolha seletiva de resíduos (%)	Conclusão do plano de recolha seletiva de resíduos	Diagnóstico efetuado. Abordagem e planeamento em curso	●
	Implementação de medidas de redução de consumo de combustíveis	Continuação da substituição de equipamentos AVAC nos balcões	100%	40-80%	●
		Substituição de 1 equipamentos de storage	100%	0%	●
	<b>Criar produtos amigos do ambiente</b>	Oferta de produtos indutores de boas práticas ambientais	Produtos existentes (#)	2	2
<b>Sensibilizar todos os stakeholders para o cumprimento das medidas de proteção ambiental definidas</b>	Promover a comunicação de produtos/ serviços/ iniciativas orientadas para a área da sustentabilidade ambiental	Promover iniciativas de comunicação interna/ externa dos produtos/serviços orientados para a sustentabilidade ambiental, com vista a fomentar a sua adesão	4	4	●
<b>Envolver os colaboradores na implementação de Boas práticas</b>	Desenvolvimento de projeto de redução de consumos de material plástico de utilização única, mediante substituição por soluções sustentáveis	Eliminação dos copos de plástico para beber água e distribuição de garrafas e copos de vidro para as salas de reuniões	100%	100%	●
		Substituição dos copos e palhetas e plástico por copos de papel e paletinas de madeira para consumo de café	100%	100%	●
<b>Valorizar, explicitamente, a dimensão ambiental na apreciação das operações de negócio</b>	Priorização de projetos validados ambientalmente em detrimento de projetos tóxicos	Introdução de critério de risco ambiental na avaliação de projetos (-)	ND	ND	●
		Projetos com avaliação de risco ambiental na avaliação de projetos (%)	ND	ND	●
		Inclusão do risco reputacional no <i>Risk Appetite Statement</i> (RAS)	100%	100%	●



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI <sup>1</sup>	META	RESULTADO
<b>Valorizar, explicitamente, a dimensão ambiental na apreciação das operações de negócio</b>	Priorização de projetos validados ambientalmente em detrimento de projetos tóxicos	Realização de ações de formação e <i>Workshops</i> e promoção da cultura de risco operacional	Realização de <i>Workshops</i> a áreas que tenham surgido de modo a identificar e avaliar os riscos inerentes à sua atividade	1 <i>Workshop</i> com o GAC •
	Beneficiação de operações de clientes com práticas reconhecidamente sustentáveis	Montante financiado(#)	ND	ND •

<sup>1</sup> KPI = Key Performance Indicator  
ND – Não definido

## Principais iniciativas desenvolvidas

O Banco Montepio para dar resposta aos desafios da sociedade, deu continuidade, em 2019, à disponibilização de produtos bancários com benefício social e ambiental

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

Consciente de que o setor bancário desempenha um papel crucial na promoção do desenvolvimento sustentável, o Banco Montepio dedica-se continuamente a alinhar a estratégia de negócio com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a aumentar os impactos positivos, a reduzir os impactos negativos e gerir os riscos para as pessoas e para o meio ambiente resultantes das atividades, produtos e serviços.

## PROXIMIDADE E INCLUSÃO FINANCEIRA

Em 2019, o Banco Montepio continuou a apostar na especialização da oferta e dos serviços, bem como da gestão de uma equipa de gestores de norte a sul do país com conhecimento específico do setor da Economia Social e das suas distintas vertentes de atuação. Durante este ano, o Banco Montepio integrou a área da sustentabilidade no Departamento de Microcrédito, Empreendedorismo e Sustentabilidade (DMES), integrado na Direção Comercial da Economia Social e do Setor Público (DCESSP). Apoiando e contribuindo diariamente para o crescimento sustentado das instituições da Economia Social, o Banco Montepio afirma a Economia Social enquanto pilar diferenciador da instituição.

## OFERTA RESPONSÁVEL

No âmbito da oferta de natureza sustentável, o Banco Montepio destaca a disponibilização do Crédito Habitação: Crédito e Casa Sustentáveis, direcionado a clientes e potenciais clientes que adquiram imóveis com certificado energético com classificação A e A+, e a linha de crédito para apoio na aquisição e instalação de equipamentos que utilizam a energia renovável, denominada por Crédito Energias Renováveis. O Banco Montepio disponibiliza, ainda, uma oferta de *leasing* e *renting* para particulares e empresas que pode potenciar a utilização de veículos automóveis elétricos. A informação mais detalhada sobre os produtos bancários orientados para o segmento de Particulares pode ser consultada na secção Segmentos de Negócio deste relatório.

Para o segmento de Empresas, o Banco Montepio dá ênfase ao Crédito para Eficiência Energética, uma linha de crédito para empresas que pretendam investir em projetos direcionados para a melhoria do desempenho energético de instalações. Além deste produto, é de destacar ainda a Linha de Apoio à Qualificação da Oferta - Sustentabilidade Ambiental no Turismo, um instrumento financeiro específico destinado ao financiamento de projetos de investimento que visem melhorar o desempenho ambiental das pequenas e médias empresas do setor do Turismo, sendo enquadráveis projetos que contribuam para uma gestão eficiente dos consumos de água e da produção de resíduos sólidos urbanos. Por outro lado, o Banco Montepio participa continuamente no apoio ao desenvolvimento de Empresas e Instituições da Economia Social, colocando ao dispor várias Linhas de Crédito Protocoladas com as mais diversas entidades e disponíveis em várias regiões do país. Além do financiamento em condições mais vantajosas, as Empresas e Instituições da Economia Social contam com o acompanhamento do Banco Montepio ao longo de todo o processo.

## CRÉDITO

### Crédito Habitação: Crédito e Casa Sustentáveis:

Disponibilização de Linha de Crédito Habitação para Casas Sustentáveis, imóveis com certificado energético com classificação A e A+.

### Crédito Energias Renováveis:

Linha de crédito para apoio na aquisição e instalação de equipamentos que utilizam energias renováveis e alternativas. Esta oferta tem como finalidade o financiamento a clientes particulares para despesas com a aquisição e instalação de coletores solares térmicos, fotovoltaicos, eólicos ou outros, e equipamento de apoio ou ligação a equipamento existente.

### Linha de Crédito para Eficiência Energética:

Linha de crédito para empresas que pretendam investir em projetos direcionados para a melhoria do desempenho energético de instalações.

### Linha de Apoio à Qualificação da Oferta - Sustentabilidade Ambiental no Turismo:

Instrumento financeiro específico destinado ao financiamento de projetos de investimento que visem melhorar o desempenho ambiental das pequenas e médias empresas do setor do Turismo, sendo enquadráveis projetos que contribuam para uma gestão eficiente dos consumos de água e da produção de resíduos sólidos urbanos.

## LEASING

### Montepio Mobilidade Elétrica Auto:

Linha de crédito para a divulgação da oferta de *leasing* para particulares e empresas, em parceria com a Renault, que pode potenciar a utilização de veículos automóveis elétricos.

## RENTING

### Montepio Mobilidade Elétrica Auto:

Soluções da Montepio Rent para a divulgação da oferta de *renting* para particulares e empresas que pode potenciar a utilização de veículos automóveis elétricos, em parceria com a Renault.

## BANCA DE RETALHO COM PREOCUPAÇÕES SOCIAIS

### PARTICULARES

#### SOLUÇÕES DE INCLUSÃO FINANCEIRA

### Crédito Habitação Bonificado para Pessoas com Deficiência:

Civis e deficientes das Forças Armadas, maiores de 18 anos, portadores de deficiência declarada superior a 60% podem beneficiar de um regime de crédito habitação bonificado.

### Conta Cresce:

Contas à ordem para crianças e jovens até aos 17 anos, que visam dar suporte à constituição de uma poupança.

### Conta Especial Jovem:

Conta à ordem para os jovens até aos 30 anos de idade, com condições diferenciadas de Preçário.

### Cartão de Débito Adaptado para Pessoas com Deficiência Visual

## SOLUÇÕES DE PROMOÇÃO DA POUPANÇA

### Poupança Cresce a 1 ano, Poupança Cresce a 3 anos e Poupança Especial Jovem:

Depósitos a prazo para crianças e jovens dos 0 aos 30 anos.

### Poupança Ativa:

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

### Poupança por Objetivos:

Depósito destinado a clientes que pretendam programar uma poupança, definindo um plano de entregas com valor mínimo reduzido e periodicidade diária, semanal, quinzenal, mensal, trimestral, semestral ou na data de renovação.

### Voucher Poupança:

Possibilita aos clientes oferecer, a um terceiro, um determinado montante para abertura ou reforço de um Depósito a Prazo.

### 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

### Crédito Formação:

Linha de financiamento para apoio às despesas de formação.

## SOLUÇÕES DE PROMOÇÃO DA SAÚDE E BEM-ESTAR

### Crédito Formação:

Linha de financiamento de médio e longo prazo para apoio nas despesas de saúde.

A oferta do Banco Montepio para o segmento de Particulares continua a privilegiar o incentivo à poupança, nomeadamente através da captação e retenção de recursos, disponibilizando depósitos com diferentes características e maturidades, bem como a dinamização de soluções de crédito que vão ao encontro das necessidades dos clientes e das famílias.

## EMPRESAS

A oferta do Banco Montepio para o segmento de Empresas continua centrada na simplificação, consistência e facilidade de utilização enquanto fatores críticos de sucesso para a diferenciação no segmento, através de um modelo de acompanhamento comercial baseado na especialização e dimensão dos clientes.

## SOLUÇÕES DE INCLUSÃO FINANCEIRA

### Linha de Crédito para Apoio à Tesouraria de Empresas afetadas por Incêndios que deflagraram no dia 15 de outubro de 2017:

Alargamento no âmbito para Apoio às Empresas Afetadas pelo Furação Leslie.

## SOLUÇÕES DE APOIO AO INVESTIMENTO

O Banco Montepio manteve especial atenção às necessidades de financiamento das organizações, em particular das PME. Em resultado dessa estratégia, o Banco Montepio manteve e reforçou a participação nas iniciativas das entidades públicas que visam dinamizar a oferta de financiamento das empresas.

Participação no Programa Capitalizar - Portugal 2020, através do protocolo de colaboração com a Instituição Financeira de Desenvolvimento, SA (IFD) e as Sociedades de Garantia Mútua (Agrogarante, Garval, Lisgarante e Norgarante). A linha de crédito inerente destina-se a promover o apoio ao financiamento de PME com projetos de reforço da capacitação empresarial para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, ou com inovações ao nível de processos ou produtos.

## SOLUÇÕES DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO

Mantém-se o protocolo de colaboração, com a designação de Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego – IEFP, entre o Banco Montepio, o Instituto do Emprego e Formação Profissional, IP (IEFP), a Garval, Lisgarante, Norgarante e Agrogarante - Sociedades de Garantia Mútua. O objetivo deste protocolo é facilitar a criação da própria empresa/posto de trabalho aos desempregados, jovens à procura do primeiro emprego e trabalhadores independentes com baixos rendimentos, através de empréstimos bancários com bonificações.

Manteve-se em 2019 o protocolo de colaboração, com a designação de Linha Apoio Desenvolvimento Negócio 2018 – StartUp, entre o Banco Montepio, o IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação IP, o TP - Turismo de Portugal IP, a SPGM - Sociedade de Investimento SA e as Sociedades de Garantia Mútua (Agrogarante, Garval, Lisgarante e Norgarante). A linha de crédito é direcionada a microempresas na fase inicial do seu ciclo de vida, com um mínimo de 15% de capitais próprios e que visem a concretização de operações de crédito com garantia mútua associada.

## ECONOMIA SOCIAL

O Banco Montepio acredita que a Economia Social é um dos pilares fundamentais para acrescentar valor à economia portuguesa. Por esse motivo, e dando complementaridade ao serviço de proximidade oferecido pela nossa rede de balcões, o Banco Montepio dispõe de uma Direção dedicada à Economia Social, criada para pensar as instituições deste setor respondendo às suas necessidades. A DCESSP – que afirma a Economia Social como um pilar diferenciador do Banco Montepio – é composta por colaboradores com funções comerciais e técnicas, sendo 27 os gestores comerciais dedicados aos clientes da Economia Social e do Setor Público e 4 os gestores dedicados ao Microcrédito e Empreendedorismo Social, responsáveis pelo acompanhamento dos clientes, captação de novos clientes, dinamização comercial e captação de negócio.

## SOLUÇÕES GLOBAIS

### Solução Montepio Setor Social:

É uma solução global apresentada sob a forma de pacote de produtos, serviços e vantagens dedicadas à economia social, como as transferências, os meios de pagamento, o apoio a pagamentos e operações com mais facilidade e rapidez e uma solução exclusiva.

O cliente poderá 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.

## SOLUÇÕES DE PROMOÇÃO DA POUPANÇA

### Montepio Conta Dupla:

Depósito a Prazo flexível para instituições integradas na área do setor social.

### Poupança Economia Social:

Depósito a Prazo flexível para instituições integradas na área do setor social.

## SOLUÇÕES DE APOIO AO INVESTIMENTO

### Linha de Crédito Social Investe:

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

## SOLUÇÕES DE PROTEÇÃO E SOLIDARIEDADE

### Seguro Voluntariado:

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

### Cartão +Vida:

Cartão exclusivo para os clientes do Banco Montepio que pretendam apoiar causas sociais. Sempre que o cliente utilizar o Cartão +Vida está a contribuir para Instituições de Solidariedade Social. Os valores atribuídos são parte da margem do Banco Montepio não são doações diretas do cliente.

## SOLUÇÕES COM ATRIBUIÇÃO DE BENEFÍCIOS FISCAIS

### Vales Sociais de Educação em parceria com a UP Portugal:

Forma das instituições obterem benefícios fiscais e simultaneamente apoiar os seus colaboradores com despesas relacionadas com educação.

As instituições do setor social podem contar com um parceiro dedicado que oferece soluções de financiamento específicas para a Economia Social, protocolos com condições preferenciais, ajuda na formalização de candidaturas a programas específicos, uma oferta especializada de produtos e serviços única na banca nacional e de uma equipa experiente detentora de um conhecimento específico do setor e das suas distintas vertentes de atuação que acrescenta valor e que contribuirá para o crescimento sustentado das instituições.



O compromisso é estar ao lado da Economia Social, das instituições em todos os momentos. É esta a génese do Banco Montepio, um banco de pessoas para pessoas que há 175 anos acrescenta valor à economia portuguesa com os valores da Economia Social fortemente enraizados na sua cultura desde sempre. Por isso, e na sua qualidade de Banco da Economia Social, o Banco Montepio continuou a apoiar projetos sociais, enquanto respostas aos desafios sociais e potenciadores de desenvolvimento e inclusão social. Destacam-se de seguida as principais iniciativas apoiadas no decurso de 2019:

- **E-Social**, uma plataforma de comunicação do Banco Montepio direcionada a todos os stakeholders da Economia Social. Presente no Facebook, Instagram, Twitter e Youtube, o E-Social tem a missão de dinamizar e divulgar a Economia Social e os seus participantes nas mais variadas formas de atuação. Esta plataforma funciona como um ponto de encontro de causas, iniciativas, projetos, desafios, exposição e divulgação do que de melhor se faz na Economia Social, Empreendedorismo e Inovação Social em Portugal.

- **XIII Congresso Nacional das Misericórdias**, um encontro magno de solidariedade que é organizado a cada dois anos pela União das Misericórdias Portuguesas enquanto instrumento promotor dos valores e atividade das Misericórdias. À semelhança dos últimos congressos realizados, esta iniciativa contou com o apoio do Banco Montepio. O Congresso Nacional, que contou com o tema “Rigor, Compromisso e Missão”, decorreu entre os dias 7 e 10 de fevereiro de 2019 no Palácio de Congressos do Algarve, em Albufeira.



- **Confederação Portuguesa de Economia Social**, a confederação que congrega as entidades representativas das diferentes famílias da Economia Social em Portugal promoveu a Jornada Nacional de Reflexão “A Economia Social no Portugal 2030” no dia 29 de março de 2019 no Centro Social Paroquial de Azambuja. Esta iniciativa contou com o apoio do Banco Montepio através da disponibilização de materiais para os participantes.



- **Pirilampo Mágico 2019**, uma das mais emblemáticas campanhas de solidariedade realizadas em Portugal que contou, pelo terceiro ano consecutivo, com o apoio do Banco Montepio. Ao juntar-se à causa Pirilampo Mágico, o Banco Montepio participou na sessão de abertura da campanha no dia 8 de maio de 2019 e disponibilizou mascotes nos seus balcões de norte a sul do país, inclusive nos arquipélagos dos Açores e Madeira. A campanha Pirilampo Mágico, promovida pela Federação Nacional das Cooperativas de Solidariedade Social (FENACERCI), tem como objetivo angariar fundos para as Cooperativas de Educação e Reabilitação de Cidadãos Inadaptados (CERCI), assim como informar e sensibilizar a opinião pública sobre a problemática da pessoa com deficiência intelectual e/ou multideficiência, procurando salvaguardar o direito à igualdade de oportunidades e o exercício da cidadania plena.





• **Confederação Nacional das Instituições de Solidariedade (CNIS)**, a estrutura representativa das Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS) em Portugal promoveu o Seminário “Garantir os Valores com Sustentabilidade Financeira – Desafio para as Instituições” e a XIII Festa da Solidariedade, que este ano se realizou no dia 7 de junho de 2019, em Vila Real. O Banco Montepio voltou a apoiar este encontro com vista a reforçar o seu posicionamento no setor da Economia Social, assim como, a sua relação de parceria com esta entidade cúpula.



• **Encontro Avós e Netos**, que contou com o apoio do Banco Montepio, decorreu nos dias 26, 27 e 28 de setembro de 2019, na Feira de Artesanato do Estoril (FIARTIL). Esta iniciativa teve por objetivo valorizar o papel dos avós na sociedade, proporcionando uma troca de experiências entre as diferentes gerações. O custo de entrada no evento reverteu na sua totalidade a favor da Cruz Vermelha Portuguesa e da Associação Nuvem Vitória.



• **V Fórum Economia Social**, organizado pela Unitate - *Social Economy Network*, pretendeu congregar os diferentes *stakeholders* do setor da Economia Social, promovendo o debate e a reflexão em torno da temática “Respeitar o Passado, Garantir o Futuro”. O Banco Montepio apoiou e marcou presença no evento que decorreu no dia 5 de dezembro de 2019, na Coimbra Business School – Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra.



• **Portugal Economia Social** é um evento multidisciplinar com o objetivo de promover, dinamizar e qualificar o setor da Economia Social como resposta para novos problemas sociais e adequação de serviços às necessidades em prol do desenvolvimento económico e social do país. Em 2019, o Portugal Economia Social destacou a importância da responsabilidade social das empresas e o impacto que tem na sociedade em geral e nas comunidades mais necessitadas em particular. Esta iniciativa, que contou com o apoio e presença do Banco Montepio, decorreu nos dias 10 e 11 de dezembro de 2019 no Centro de Congressos de Lisboa, na Junqueira.

## Apoio ao Empreendedorismo e Inovação Social

Em 2019, o Banco Montepio volta a revelar um elevado dinamismo no contexto do empreendedorismo e inovação social através do financiamento e apoio a incubadoras sociais, a concursos de empreendedorismo e do apoio a projetos de empreendedores sociais. O empreendedorismo social reúne um conjunto de iniciativas cujo maior objetivo é o impacto social gerado. Intrinsecamente ligado à inovação, as iniciativas de empreendedorismo social representam respostas criativas e disruptivas para resolver os mais diversos desafios sociais, promovendo a igualdade de oportunidades e uma sociedade mais inclusiva e próxima.

O **Banco Montepio como Parceiro do Empreendedorismo Social** tem participado ativamente em várias dinâmicas de desenvolvimento de ideias, projetos e negócios de base tecnológica e inovadora, destacando: **Montepio Acredita Portugal**, o maior concurso de

empreendedorismo de Portugal e o segundo maior a nível mundial, promovido pela organização sem fins lucrativos Acredita Portugal, em parceria com o Banco Montepio. Ao longo dos três anos de parceria, anos que englobam as edições 7, 8 e 9 do concurso Montepio Acredita Portugal, verificaram-se os seguintes resultados:

- 34 803 candidaturas ao concurso Montepio Acredita Portugal. Para além da categoria de Empreendedorismo Social, a categoria apoiada pelo Banco Montepio, o concurso aceita candidaturas de todas as áreas de negócio, como tecnologia, mobilidade, comércio, serviços, indústria, saúde, educação, comunicação e sustentabilidade que também têm ao dispor as ferramentas que permitem desenvolver a sua ideia de negócio;
- 4 673 candidaturas à categoria de Empreendedorismo Social, a categoria apoiada pelo Banco Montepio que voltou, novamente, a ter o maior número de

candidaturas deste concurso. O aumento significativo de projetos candidatos na área apoiada revelam um interesse acrescido nesta como uma área de negócio válida e apelativa. O destaque dado ao Prémio de Empreendedorismo Social permitiu potenciar os projetos desta área que a partir do concurso dispõem de ferramentas de criação de planos de negócio, mentoria e ofertas de serviços para os desenvolver.

O **Banco Montepio como Investidor Social** tem seguido de perto as melhores práticas na área do investimento social e assumindo-se como o Banco da Economia Social, desenvolveu várias iniciativas:

- **Projetos de Impacto**, uma iniciativa conjunta do Banco Montepio e da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (SCML) que visa promover a dinamização do investimento social através do financiamento a projetos que representem respostas inovadoras aos desafios da sociedade contemporânea e permitam combater as várias formas de exclusão social. Esta iniciativa irá permitir apoiar projetos com impacto na sociedade em cada uma das áreas definidas (inclusão social, educação, emprego e saúde), estimulando o crescimento, a sustentabilidade e a inovação na Economia Social. O Banco Montepio e a SCML partilham da mesma vontade de assumir um papel de investidor social através do investimento privado de um milhão e 350 mil euros nos Projetos de Impacto.
- **Títulos de Impacto Social (TIS)**, um instrumento de financiamento disponibilizados pela Estrutura de Missão Portugal Inovação Social (EMPIS) com o objetivo de financiar, mediante a contratualização de pagamento por resultados, projetos inovadores orientados para a obtenção de resultados sociais e ganhos de eficiência em áreas prioritárias de política pública, como a proteção social, o emprego, a saúde, a justiça e a educação. O Banco Montepio foi o primeiro Banco em Portugal a investir em TIS. O Projeto Família, co-investido pelo Banco Montepio e pela Fundação Calouste Gulbenkian, é um projeto de inovação social que promove uma metodologia, reconhecida internacionalmente pela sua eficácia, na prevenção da institucionalização de crianças e jovens em risco.
- **Parcerias para o Impacto (PPI)**, um instrumento de financiamento da EMPIS que tem como objetivo financiar a criação, desenvolvimento ou crescimento de projetos de inovação social, em formato de cofinanciamento com investidores sociais, estimulando a filantropia de impacto e contribuindo para um modelo de financiamento mais estável, eficaz e duradouro. O Banco Montepio é também co-investidor do Centro de Inovação Social da Fundação Eugénio de Almeida, localizado em Évora. Este projeto é um polo de apoio a empreendedores e outros atores regionais que pretende testar, desenvolver ou consolidar

projetos e iniciativas inovadoras, com modelos de negócio sustentáveis, focados no impacto social e com potencial de escalabilidade, e que contribuam para solucionar os problemas sociais dos territórios de baixa densidade.

O **Banco Montepio como Parceiro da Inovação Social** destaca:

- **Casa do Impacto** – Enquanto único banco parceiro, o Banco Montepio faz parte do Conselho de Curadores do projeto Casa do Impacto, uma referência da Inovação Social em Portugal. Criada pela SCML, a Casa do Impacto visa a promoção de soluções inovadoras na resolução de problemas e necessidades sociais com vista à construção de uma sociedade mais solidária e sustentável.
- **Incubadora Regional de Impacto Social (IRIS)**, uma entidade de captação de ideias e projetos, e apoio à criação, desenvolvimento e aceleração de iniciativas de inovação social e empreendedorismo social, promovida pelo Instituto Banco Europeu de Investimento e pela Associação do Parque de Ciência e Tecnologia do Porto. A IRIS, situada em Amarante, conta com o Banco Montepio enquanto parceiro.
- **Incubadora de Inovação Social do Baixo Alentejo (IISBA)**, um projeto do Centro Social Nossa Senhora da Graça, criado com o objetivo de promover o empreendedorismo e a inovação social no distrito de Beja. O Banco Montepio associou-se enquanto parceiro a esta Incubadora cujo objetivo principal passa pela estimulação da Economia Social, criação de emprego jovem e a modernização das respostas sociais existentes.

## Microcrédito

A área do Microcrédito do Banco Montepio, que une a componente financeira à solidária, promove a inclusão e a criação do próprio emprego, com uma equipa de gestores especializados, de âmbito nacional, que acompanham as ideias de negócio desde o seu início, cooperam e orientam os empreendedores e, em conjunto, encontram as melhores soluções para cada caso. Na base da estratégia de atuação do Banco Montepio encontram-se quadros de parceria ou colaboração com entidades de âmbito nacional, distrital ou local, que se distinguem pela experiência no domínio do empreendedorismo social e linhas protocoladas de financiamento. Desta forma, o Banco Montepio tem

contribuído para fazer crescer pessoas e ideias, criar negócios, gerar emprego e criar valor para a sociedade. Em 2019, o Banco Montepio continuou a apostar no Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego – protocolo estabelecido com o Instituto de Emprego e Formação Profissional, I.P. (IEFP) e as quatro Sociedades de Garantia Mútua (Norgarante, Garval, Lisgarante e Agrogarante) que contêm duas linhas de crédito distintas para montantes diferentes: Microinvest e Invest+.

### Indicadores de microcrédito (milhares de euros)

	2017	2018	2019
<b>Carteiras de negócio (n.º)</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Clientes por região (n.º)</b>	<b>171</b>	<b>241</b>	<b>224</b>
Norte	89	155	148
Sul	82	86	76
<b>Postos de trabalho criados (n.º)</b>	<b>76</b>	<b>71</b>	<b>175</b>
Norte	33	48	119
Sul	43	23	56
<b>Volume de negócio (milhares €)</b>	<b>2 019</b>	<b>2 593</b>	<b>3 290</b>
Recursos	272	446	486
Crédito	1 747	2 147	2 804
<b>Volume de negócio por região (milhares €)</b>	<b>2 019</b>	<b>2 593</b>	<b>3 290</b>
Norte	1 159	1 883	2 200
Sul	860	710	1 090

No âmbito do investimento em Microcrédito, o Banco Montepio apoiou em 2019:



119 Projetos



+ de 2 milhões de euros de financiamento



175 postos de trabalho

As formações de microcrédito a entidades parceiras, como é o caso da Acredita Incubação, são um exemplo de iniciativas de apoio do Banco Montepio, que têm como objetivo colocar os participantes, através de uma equipa de

gestores especializados, em contacto com diversos temas e intervenientes ligados às áreas do microcrédito e do empreendedorismo social em Portugal.

## INOVAÇÃO E QUALIDADE

Na prossecução do Plano de Transformação em curso no Banco Montepio foi identificado um conjunto de medidas para a concretização de negócio, alavancadas na simplificação e na transformação digital.

Nesse sentido, e indo ao encontro do preconizado no referido Plano de Transformação, sem esquecer a importância e capilaridade da rede de balcões do Banco Montepio, no quarto trimestre de 2019 foram disponibilizadas duas iniciativas de modernização que transportam dois produtos da banca tradicional de particulares – Crédito Habitação e Crédito Pessoal – para os canais não presenciais do Banco Montepio:

- **Crédito Pessoal Online** – permite contratar crédito pessoal de forma 100% online, com total autonomia e segurança.
- **Aprovação Condicionada de Crédito Habitação** – processo desenhado para, numa fase inicial da concessão de crédito, providenciar ao Cliente uma noção clara sobre a expectativa de aprovação do mesmo, proporcionando-lhe, deste modo, segurança para prosseguir com a compra da habitação. Ao conjunto de dados declarativos que são habitualmente recolhidos no âmbito de uma simulação de crédito foi adicionada a consulta em tempo real à centralização de crédito do Banco de Portugal, que permite, confirmada que seja a veracidade e exatidão dos dados declarativos transmitidos, e após a avaliação do imóvel, avançar com o processo de concessão de crédito.

No seguimento das prioridades definidas no Plano de Transformação, o Banco Montepio iniciou um conjunto de iniciativas para facilitar e melhorar a integração (*onboarding*<sup>2</sup>) de Clientes particulares e empresa, e a manutenção dos dados de cliente. Os referidos processos foram redesenhados numa abordagem de omnicanal e serão disponibilizados no canal digital, traduzindo-se numa melhor experiência ao proporcionarem maior conveniência e simplificação para o cliente.

### TRANSFORMAÇÃO DIGITAL COM SOLUÇÕES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Durante o primeiro trimestre de 2019, o Banco Montepio e a IBM estabeleceram uma parceria para colaborar na Transformação Digital, na otimização da experiência do cliente e na inovação nos processos e modelo de negócio através de Inteligência Artificial e implementação de tecnologia cognitiva (*Cognitive Process Automation - CPA*), para acelerar a estratégia de inovação e automação do Banco Montepio.

Com a introdução desta tecnologia, em breve, quando um cliente ligar para o Banco Montepio, será atendido pela

M.A.R.I.A. (*Montepio's Automated Real-time Interaction Assistant*), uma agente virtual com inteligência artificial que visa revolucionar o atendimento ao cliente. M.A.R.I.A. é uma unidade de resposta de voz que utiliza uma linguagem natural, com capacidade de lidar com vários tópicos simultaneamente, reconhecendo a forma como as pessoas falam e adequando o tipo de resposta. Como resultado, é possível criar conversas virtuais que atendam aos requisitos do cliente sem precisar de recorrer a um operador humano, melhorando a resolução no primeiro contacto.

Ao disponibilizar um agente virtual como M.A.R.I.A., o Banco Montepio ambiciona uma melhor execução do contacto, permitindo ao cliente uma experiência mais empática, personalizada e de construção gradual de confiança.

Os componentes do CPA lidam com processos de negócios automatizados que requerem capacidades de tomada de decisão. O objetivo dessa tecnologia de automação é treinar robôs virtuais para garantir a execução de tarefas sistemáticas, como agendamentos, pesquisas de tarefas, preenchimento de formulários e outros. Isso permite aos Colaboradores do Banco Montepio concentrarem-se na realização de atividades mais complexas, reduzindo o erro humano e otimizando o desempenho e a satisfação das suas pessoas.

### Gestores de Cliente

A rede de gestores de cliente do Banco Montepio totalizava 491 gestores no final de 2019, evidenciando uma diminuição de 13 gestores face ao período homólogo de 2018. A diminuição, mais acentuada no segmento de Banca de Retalho, prende-se com a criação do Banco de Empresas Montepio (BEM) e consequente reorganização do segmento no Banco Montepio, procurando aumentar o nível de especialização, proximidade e capacidade de resposta às necessidades das empresas portuguesas. Esta reorganização refletiu-se na distribuição dos gestores, nomeadamente 183 gestores afetos a Pequenos Negócios, 45 a Pequenas e Médias Empresas com volume de negócios (VN) inferior a 20 milhões de euros, 29 a Institucionais e Economia Social e 34 a Pequenas, Médias e Grandes Empresas (com VN igual ou superior a 20 milhões de euros). O segmento de Particulares contava, em 2019, com 200 gestores, oferecendo um serviço personalizado e uma maior proximidade com o cliente, fatores que caracterizam o Banco Montepio.

<sup>2</sup> *Onboarding* é uma implementação orientada que guia um novo cliente na utilização de um produto ou serviço de uma empresa.

## Indicadores de microcrédito (milhares de euros)

	2017	2018	2019	Variação 19/18	
				Valor	%
<b>Banca de Retalho</b>	<b>471</b>	<b>464</b>	<b>428</b>	<b>(36)</b>	<b>(7,8)</b>
Particulares	205	201	200	(1)	(0,5)
Pequenos Negócios	189	185	183	(2)	(1,1)
<b>Empresas <sup>(a)</sup></b>	<b>77</b>	<b>78</b>	<b>45</b>	<b>(33)</b>	<b>(42,3)</b>
<b>Economia Social</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>(2)</b>	<b>(6,5)</b>
Institucionais e Economia Social <sup>(b)</sup>	31	31	29	(2)	(6,5)
<b>Banca de Empresas</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>34</b>	<b>25</b>	<b>&gt;100</b>
Empresas <sup>(c)</sup>	9	9	34	25	>100
<b>Total de gestores</b>	<b>511</b>	<b>1 159</b>	<b>491</b>	<b>(13)</b>	<b>(2,6)</b>

(a) Volume de negócios inferior a 20 milhões de euros

(b) Inclui os gestores de Microcrédito..

(c) Volume de negócios igual ou superior a 20 milhões de euros.

Nota: Não considera gestores de acompanhamento preventivo de crédito.

## CANAIS COMPLEMENTARES

O Banco Montepio disponibiliza aos seus clientes particulares e empresa um conjunto de canais complementares de distribuição de produtos e serviços em comercialização e de relação com o cliente, designadamente, o Serviço Montepio24 através de telefone, *web*, *sms*, *app* e o recente canal dedicado Connect24, a rede interna de caixas automáticas Chave24, as máquinas ATM (*Automated Teller Machine*) e os equipamentos TPA (Terminais de Pagamento Automático).

### MONTEPIO 24

O Serviço Montepio24 corresponde a uma plataforma multicanal que integra os canais à distância, tendo registado no final de 2019 um incremento de clientes ativos face ao número apurado no final de 2018, totalizando 300 140 utilizadores no segmento de Particulares (+4,8%) e 59 839 no segmento de Empresas (+5,2%).

O Connect24, disponibilizado no primeiro semestre de 2019, é um canal dedicado onde o cliente pode autenticar-se e autorizar o acesso a informações e operações bancárias quando solicitadas por entidades certificadas, indo ao encontro dos requisitos do Open Banking. Em 2019 o Connect24 registou um total de 2.643 consentimentos e 414.515 operações provenientes de Third Party Providers (TPP)/Bancos. Das operações realizadas através deste canal destacam-se a “Consulta de Movimentos”, maioritariamente efetuada por Bancos, mediante os consentimentos dados pelos clientes do Banco Montepio.

### AUTOMATED TELLER MACHINES (ATM)

O parque de máquinas ATM do Banco Montepio no final de 2019 ascendia a 965, das quais 380 se encontravam

### Distribuição por Canal e por Segmento de cliente

Distribuição Canal / Segmento	Serviço M24	Phone24	Net24	SMS24	Netmóvel 24
Particulares	300 140	21 002	223 935	550	193 227
Empresas	59 839	57 934	5 316	10	18 186

instaladas em balcões e 585 estavam disponíveis em locais externos. Em termos líquidos, o número de máquinas apresentou uma redução de 8 unidades quando comparado com o período homólogo de 2018, devido, essencialmente, ao programa interno de otimização do parque de máquinas. A quota de mercado do Banco Montepio em número de ATM fixou-se em 8,1% no final de 2019, que compara com 8,4% registado no período homólogo de 2018. O parque de máquinas disponíveis no mercado nacional da Rede Global SIBS aumentou em 309 máquinas, atingindo um total de 11 956 em 31 de dezembro de 2019. A rede interna Chave24 totalizava 343 máquinas instaladas, das quais 285 ATM, 8 Selfcheques e 50 atualizadores de Caderneta.

### TERMINAIS DE PAGAMENTO AUTOMÁTICO (TPA)

O Parque de TPA do Banco Montepio cresceu 1,7% em 2019 comparativamente ao número registado no final de 2018, contabilizando um total de 23 710 terminais instalados.

A quota de mercado do Banco Montepio em número de TPA situou-se em 6,5%, valor que compara com 6,8% registados no final de 2018. O parque de máquinas disponíveis no mercado nacional da Rede Global SIBS aumentou em 18 114 máquinas, face ao número contabilizado no final de 2018, atingindo 362 322 unidades (+5,3%).



## RELAÇÃO COM O CLIENTE

### Cartões

O negócio de cartões do Banco Montepio, registou em 2019 um acréscimo de 3,5% no número de cartões face ao número contabilizado no final de 2018, que compara com um aumento de 5,2% no mercado, de acordo com dados fornecidos pela SIBS. No que respeita ao valor transacionado verificouse um aumento de 15,9% no Banco Montepio face ao montante observado em 2018, que compara com um aumento de 9,7% no mercado.

### Balcões de Proximidade e Conveniência

Em 2019, em zonas do país menos urbanas, nasceu um novo conceito de balcão com a finalidade de estar mais perto das pessoas, sobretudo das que mais precisam de serviços bancários de proximidade. No âmbito deste novo modelo abriram 7 balcões (Viseu-Abraveses, Fão, CovilhãFerro, Ferreira do Alentejo, Oiã, Pedras Salgadas e Avanca) permitindo às populações ter o Banco Montepio ao seu lado no dia a dia. Este projeto contempla balcões de proximidade e conveniência, com horários diferenciados e gerência partilhada com balcões próximos, concretizando uma das medidas do Plano de Transformação do Banco Montepio.



### Autenticação Forte – Canais Montepio24

No âmbito de obrigatoriedade da PSD2 a partir de 14 setembro 2019 a autenticação forte nos canais do Serviço Montepio24 passou a ser igualmente exigida na autenticação (*login*), de 90 em 90 dias, para além da habitual exigência na confirmação de operações para fora do património. Para o efeito, no momento do *login* no canal web é apresentado o procedimento de autenticação. Estas novas regras permitem tornar os serviços de pagamento eletrónico ainda mais seguros para os clientes do Banco Montepio.

### Gestão de Funcionalidades e Limites – Canais Montepio24

No segundo semestre de 2019 ficou disponível nos canais do serviço Montepio24, para os clientes particulares e empresa, a possibilidade de inativar e ativar as

operações que pretendem utilizar, através da Gestão de Funcionalidades, bem como, adequar o limite máximo diário das operações às suas necessidades habituais, através da Gestão de Limites, respeitando o limite máximo por operação e por canal.

### Serviço de Alertas – Canais Montepio24

No segundo semestre de 2019, os canais do Serviço Montepio24 passaram a disponibilizar aos clientes particulares e empresa a possibilidade de subscrição do Serviço de Alertas e a parametrização de alertas relacionados com operações de pagamentos, prosseguindo as diligências para tornar os serviços de pagamento eletrónicos ainda mais seguros.

## PROTEÇÃO E REFORÇO DA REPUTAÇÃO DE MARCA

Ao longo de 2019, o Banco Montepio alcançou um desempenho mediático positivo, resultado de uma comunicação proativa de temas estratégicos para a instituição e de interesse para os seus *stakeholders*. Entre esses temas destacaram-se o *rebranding* da marca, ocorrido no início de 2019 e a criação de uma rede de balcões de proximidade e conveniência.

Outros temas reforçaram a imagem da marca Banco Montepio ao longo do ano de 2019 tais como a emissão de dívida subordinada, a emissão de obrigações hipotecárias, a venda de carteiras de créditos não produtivos e as comunicações de resultados do Banco Montepio. Destacaram-se, ainda, diversas campanhas promocionais de produto, como a campanha de Crédito à Habitação, no âmbito da estratégia delineada, como produto âncora e de relação central com os clientes, segmento onde tradicionalmente o Banco Montepio se destacou em termos de quota de mercado. Assim como o lançamento do cartão de débito adaptado para pessoas com deficiência visual, o apoio a projetos de economia social como o Pirilampo Mágico, e, na vertente do empreendedorismo e inovação, o concurso Montepio Acredita Portugal, entre outras. Adicionalmente, importa salientar a comunicação de um conjunto de iniciativas desenvolvidas ao longo de 2019, como o programa de Trainees, que contribuiu para fortalecer o posicionamento do Banco Montepio enquanto Marca Empregadora.



## CAMPANHAS

### “ABRIGADO PELA AJUDA”

No final de 2019 foi lançada a campanha “Abrigado pela ajuda”, simbólica, mas grande em propósito: desafiar a sociedade civil a apoiar as pessoas sem abrigo. Abraçou-se a causa das pessoas em condição de sem abrigo com a entrega de um donativo à Comunidade Vida e Paz e à Associação dos Albergues Nocturnos do Porto, porque basta um gesto para fazer a diferença na vida destas pessoas, seja sob a forma de donativos em dinheiro, de bens alimentares, agasalhos ou simplesmente de tempo. Em 2019, progrediram os índices de visibilidade da marca em comunicação e notoriedade, bem como a perceção da imagem do Banco; segundo o estudo “Brand Score 2019” - o Banco Montepio subiu os seus valores de recordação de campanhas e apresentou uma trajetória positiva em todas as dimensões de imagem, destacando-se da concorrência nos atributos banco jovem, atendimento de excelência, profissionalismo, benefícios a clientes e sustentabilidade. Os valores de imagem com maior associação à marca são a proximidade, o profissionalismo, o atendimento de excelência e o digital, tendo ainda melhorado o seu posicionamento no que respeita à ética, à sustentabilidade ambiental e ao bom governo corporativo.



### “O BANCO EXPLICA” e “QUE BARULHO É ESTE?”

Em junho de 2019 foi lançado o novo projeto editorial que resultou de uma parceria entre o Banco Montepio e a Rádio Renascença: O Banco Explica. Um projeto de literacia financeira com a duração de seis meses, e que incluiu emissões semanais com conteúdos de explicador, gravados pelo Banco Montepio nos estúdios da Rádio Renascença, em formato de pergunta/resposta, para cerca de 40 temas, desde o *spread* aos débitos diretos, passando pela Segunda Diretiva dos Serviços de Pagamentos (PSD2) até ao Crédito Habitação.

Em apenas três minutos, a iniciativa procura simplificar os temas da banca, dotando os portugueses de conhecimentos que lhes permitam tomar decisões financeiras mais conscientes e informadas.

A segunda temporada do jogo de antena “Que barulho é este, na RFM?” arrancou no mês de outubro de 2019 e, à semelhança da primeira edição, teve o Banco Montepio como patrocinador oficial. A associação a este concurso, que colocou os portugueses a “adivinhar barulhos” para ganhar prémios, reforçou a notoriedade da marca no país, nomeadamente junto do público mais jovem.



## EMPLOYER BRAND

### Nova imagem Programa de Trainees

Com o objetivo de aproximar e dar visibilidade à marca no mundo académico e recrutar *trainees* para áreas especializadas do Banco, foi lançada a segunda edição do Programa de Trainees do Banco Montepio, acompanhado de uma nova linha gráfica, mais atual, com cores fortes que criam um visual jovem, direto e moderno, enquanto a promessa ‘Dá valor ao teu futuro’ reforça a assinatura do Banco Montepio ‘Valores que crescem consigo’.



## GESTÃO DE RECLAMAÇÕES

O Banco Montepio encara as reclamações como uma oportunidade de melhoria contínua da qualidade de serviço prestado e de aprofundamento das relações com os seus clientes.

A gestão das reclamações é da competência do Gabinete do Cliente, que tem como missão propor e dar cumprimento à Política de Gestão de Reclamações no âmbito do Grupo Banco Montepio, assegurando a receção e tratamento das mesmas, bem como a respetiva resposta ao Reclamante e/ou Entidades de Supervisão.

No exercício de 2019 registou-se um aumento das reclamações apresentadas (novos processos) em 41,1% comparativamente ao período homólogo de 2018. Em 2019, as reclamações apresentadas diretamente junto do Banco de Portugal registaram uma redução de 3,2%, enquanto as reclamações apresentadas em Livro aumentaram 37,5% face a 2018, para esta evolução contribuiu a possibilidade de a partir de julho de 2019 se poder efetuar a reclamação através de Livro de Reclamações Eletrónico.

### Indicadores sobre Reclamações

	2017	2018	2019	Var. 19/18	
				Valor	%
<b>Total de Reclamações</b>	<b>4 988</b>	<b>4 029</b>	<b>5 685</b>	<b>1 656</b>	<b>41,1</b>
Das quais:					
Banco de Portugal	465	316	306	(10)	(3,2)
Livro de Reclamações	585	542	745	203	37,5

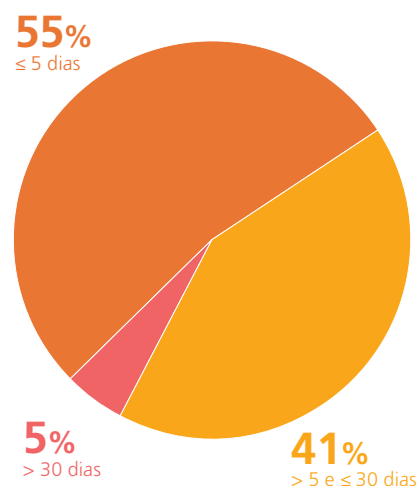
Nota: Reclamações relativas ao Grupo Banco Montepio.

Em relação ao prazo de resposta registado em 2019, 55% das novas reclamações foram respondidas num prazo igual ou inferior a 5 dias úteis e 95% até 30 dias. O prazo médio de resposta total situou-se em 9 dias úteis. No que respeita às reclamações efetuadas junto do Banco de Portugal e através de Livro de Reclamações, o prazo médio de resposta situou-se em 17 e 9 dias úteis, respetivamente, inferior aos prazos legalmente exigidos (20 e 15 dias úteis).

O Banco Montepio pretende assegurar níveis elevados de qualidade, transparência e rigor na comercialização dos seus produtos e serviços, pelo que o Gabinete do Cliente do Banco Montepio promove, de forma continuada, recomendações e alertas vários, tendentes a eliminar, na génese, as causas das reclamações apresentadas.

### Novas Reclamações em 2019

Prazo médio de resposta (dias úteis)



# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA LUSITANIA



reforçamos alianças, fortalecemos parcerias  
e promovemos a sustentabilidade financeira

# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA LUSITANIA

## 210 313

Prémios de Seguro Direto

## 818

Reclamações em 2019  
(-7,6% face ao ano anterior)

## 3 178

Mediadores

Em 2019, a Lusitania manteve como prioridades o reforço das alianças com a rede de mediação e o fortalecimento das parcerias, bem como o desenvolvimento da atividade no canal bancário. No âmbito do regime Solvência II, um novo regime de solvência mais exigente face aos riscos inerentes a garantias financeiras de médio e longo prazo, a Companhia definiu um plano de sustentabilidade financeira, que visa criar as condições económicas necessárias para o cumprimento dos seus objetivos.



**LUSITANIA**

## Criação e distribuição de valor

(em milhares de euros)		2017	2018	2019
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Receitas - Prémios de seguro direto	188 990	202 905	210 313
	Estado	2 577	1 828	2 272
	Fornecedores	12 500	12 896	14 238
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Mediadores (Comissões)	24 840	25 187	25 870
	Colaboradores	21 528	20 957	21 757
	Comunidade	132	155	169
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>		127 413	141 881	146 008

## Principais iniciativas desenvolvidas

### Prémios de Seguro Direto

Apesar do crescimento moderado, resultado de uma abordagem que privilegia o equilíbrio técnico e a sustentabilidade, a Lusitania consolidou a evolução da produção de seguro direto, tendo os prémios brutos emitidos 3,7% em 2019, decorrente, essencialmente, da captação de novo negócio, retenção de clientes e ajustamento de preços.

EVOLUÇÃO DOS PRÉMIOS DE SEGURO DIRETO* (em milhares de euros)	2018	2019	Variação
Acidentes e doença	76 299	82 792	+8,5%
Incêndio e outros danos	41 678	44 936	+7,8%
Automóvel	73 961	72 214	-2,4%
Transportes	4 168	3 370	-19,2%
Responsabilidade civil geral	4 922	5 270	+7,1%
Diversos	1 876	1 731	-7,7%
<b>Total</b>	<b>202 905</b>	<b>210 313</b>	<b>+3,7%</b>

\* Prémios de Seguro Direto

### Produtos e serviços focados nas necessidades dos clientes

A Lusitana desenvolve a sua oferta de produtos, procurando sempre as soluções que melhor satisfazem as necessidades dos seus Clientes. Com uma oferta muito diversificada, a Lusitania disponibiliza uma vasta gama de seguros que garante todas as necessidades dos vários tipos de Clientes.

Tendo uma oferta ampla de produtos, que se consideram ajustados ao mercado, em 2019 não foram lançados novos produtos. O foco da Companhia centrou-se na melhoria de processos de contração, tanto para o Mediador como para o Cliente. Neste ano de 2019, o foco centrou-se na revisão de processos bem como na definição de uma política de conceção de produtos, onde o Cliente aparece sempre como o foco principal. Assim, foi criada e partilhada por toda a organização um conjunto de regras que devem ser seguidas para o desenvolvimento de novos produtos e



alteração da oferta existente, tendo sempre como foco as necessidades dos Clientes. Em 2019, deu-se ainda os primeiros passos para uma Companhia com menos papel, permitindo que alguma da documentação possa ser disponibilizada em suporte digital. Foi um projeto que se iniciou, mas que terá uma maior abrangência no decorrer de 2020. A Lusitania pretende, assim, tornar-se uma Companhia mais sustentável ao mesmo tempo que simplifica todo o processo de contratação, disponibilização da documentação e gestão das apólices para os Clientes e Mediadores.

A Lusitania tem uma oferta abrangente, tanto para Clientes Particulares como para Empresariais, procurando sempre apresentar a melhor solução para cada tipo de Cliente. Foi com o intuito de abranger a possibilidade de oferta, de forma a prestar a melhor solução de segurança, que nasceu o Plano E+. Um plano de seguros em que, a cada momento, é possível incluir e excluir os produtos que melhor se adaptam às necessidades de cada um. Cada Cliente constrói o seu plano, tendo sempre melhores condições do que na aquisição individual de produtos.

PARTICULARES (Plano E+ particulares)	EMPRESAS (Plano E+ Empresas)
Seguros de Saúde e Bem Estar	Seguros de Património e Responsabilidades – automóvel, multirriscos e acidentes de trabalho
Seguros de Família	Seguros de Imóveis
Seguros de Lazer	Seguros de Saúde para colaboradores
Seguros Automóvel	Seguros para o Setor Marítimo
Seguros Empresário Individual	Seguro de Responsabilidade Ambiental

## Oferta sustentável

No âmbito de oferta sustentável, importa destacar o Seguro Voluntariado, e ainda, no âmbito da oferta com benefício ambiental, o seguro de responsabilidade ambiental e a cobertura de “Queda ou quebra de painéis solares” em produtos de multirriscos de habitação.

SOLUÇÃO	DESCRIÇÃO E ATIVIDADE
<b>Seguro Voluntariado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> </ul>
<b>Seguro de Responsabilidade Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Lusitania disponibiliza um seguro de Responsabilidade Civil Ambiental. Este seguro tem como garantias a responsabilidade administrativa do segurado pela prevenção e reparação de danos ambientais causados por contaminação.</li> <li>• O seguro de Responsabilidade Civil prevê, ainda, uma cobertura relacionada com poluição súbita e acidental.</li> </ul>
<b>Oferta direcionada para a microgeração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Lusitania disponibiliza nos seus produtos de Multirriscos de Habitação uma cobertura de “Queda ou quebra de painéis solares”, que pode ser complementada através de uma apólice de Engenharias, garantindo não só os danos próprios como os danos a terceiros em responsabilidade civil ou cobertura de perdas de exploração.</li> <li>• A carteira de apólices de Engenharias é constituída maioritariamente por instalações do segmento microgeração (&lt;13,5 kW), impulsionada no início pelos incentivos fiscais atribuídos às fontes renováveis, bem como por instalações seguras em apólice multirriscos.</li> </ul>



## Fortalecimento de alianças e parcerias

As novas exigências legais introduzidas pela nova Diretiva de Seguros, em 2019, resultaram numa redução do número de Mediadores a trabalhar com a Lusitania.

Também no âmbito do Programa Origem, pilar de acolhimento e de desenvolvimento de novos parceiros de negócio, a entrada em vigor da nova Diretiva, acabou por ter

impactos, contendo o seu crescimento.

Não obstante, a Lusitania fortaleceu as parcerias existentes, ao nível dos Agentes Loja, garantindo que o seu contributo para os resultados é cada vez mais efetivo.

O canal bancário reforçou a sua posição em 2019 como distribuidor de seguros. A simplificação de processos e a aposta numa oferta direcionada para o Cliente bancário foram o suporte do desempenho positivo deste canal.

### Rede de mediadores de norte a sul do país

**3 178**  
mediadores  
no final de 2019

**23**  
balcões

**96**  
lojas de Agentes  
de Representação

## Gestão das reclamações

A Lusitania tem uma grande preocupação 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 à deteção e correção de problemas recorrentes ou sistémicos, no sentido de

melhoria contínua da qualidade de serviço e, também, para a mitigação de 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 2019 geriu 818 da Lusitania, que chegaram através dos diversos canais de receção. Verificou-se uma preferência na apresentação das reclamações diretamente à Lusitania (52%) semelhante do ano de 2018.

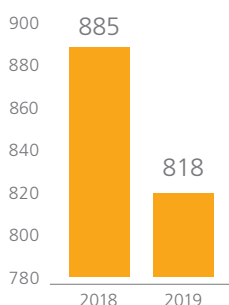
**818**  
reclamações em 2019  
(-7.6% face ao ano anterior)

**97%**  
Taxa de encerramento

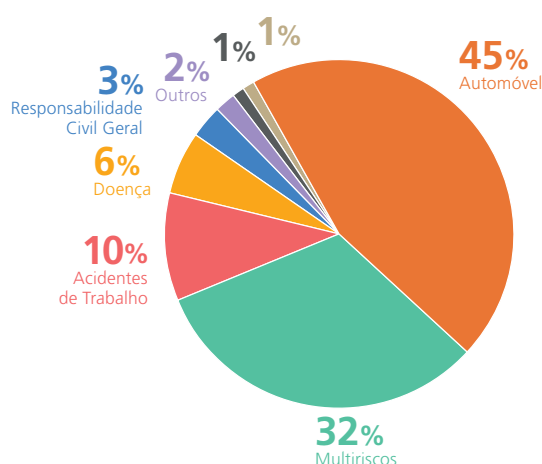
**7** dias  
Tempo médio de resposta  
às reclamações

**56%**  
das reclamações relacionadas  
com sinistros

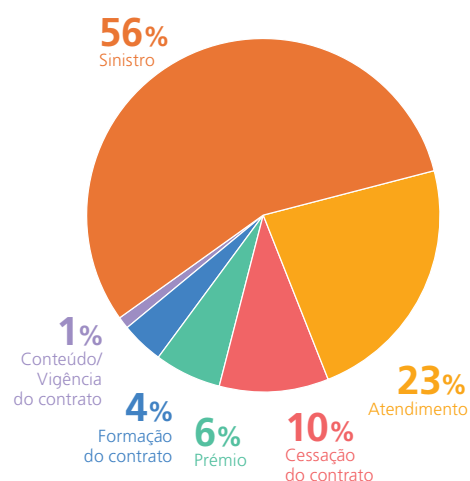
### Evolução do número de reclamações



### Reclamações por modalidade 2019



### Reclamações por tipologia 2019



Em 2019, a maioria das reclamações foram sobre seguro Automóvel (45%), seguido de Multirriscos (32%). Em termos de tipologia, o sinistro foi o que originou um maior número de reclamações (56%), seguido de atendimento (23%).

# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA LUSITANIA VIDA



somos a seguradora número um,  
com capital cem por cento nacional

# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA LUSITANIA VIDA

## 22%

Crescimento na produção de seguro direto

## 244,2

Milhões de euros  
Produção de seguro direto

## 86%

Volume de produção assegurado pela rede de mediadores

O ano de 2019, caracterizou-se pela manutenção de um nível baixo de poupança em Portugal conjugado com a política do BCE de baixas taxas de juro. Mesmo assim, o desempenho da Companhia foi positivo, registando um crescimento de 22% na produção de seguro direto que atingiu os 244,2 milhões de euros. Os números alcançados colocam a Companhia no oitavo lugar do *ranking* de produção das seguradoras Vida em Portugal e

com uma quota de mercado vida de 3,4%, mas, em primeiro lugar entre as seguradoras detidas a cem por cento por capital nacional.

A Companhia continua a definir como critério orientador para as suas aplicações financeiras o respeito integral da articulação entre a solidez, a liquidez e a rentabilidade dos ativos, o que tem permitido consolidar o valor da empresa e remunerar de forma atrativa as poupanças dos segurados.



**LUSITANIAVIDA**  
Grupo Montepio

## Criação e distribuição de valor

(em milhares de euros)		2017	2018	2019
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Receitas - Prémios de seguro direto	33 849	42 487	60 875
	Governo	996	1 923	1 695
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Fornecedores	1 136	1 144	1 235
	Provedores de capitais	1 400	2 832	1 320
	Colaboradores	2 266	2 442	2 528
	Comunidade	-	-	-
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>		28 052	34 147	54 096

## Principais iniciativas desenvolvidas

### Canais de distribuição

A produção de seguro direto é assegurada por dois canais de distribuição:

- Através dos balcões do Banco Montepio a Companhia vendeu 34,6 milhões de Euros (2018: 35,9 milhões de Euros; 2017: 48,3 milhões de Euros), representando 14,2% da produção total (2018: 18,0%; 2017: 33,5%);
- Através da rede de mediadores distribuíram-se 209,6 milhões de Euros (2018: 163,6 milhões de Euros; 2017: 96,1 milhões de Euros), ou seja, 85,8% do volume total de produção em 2019 (2018: 82,0%; 2017: 66,5%).

### Produtos Lusitania Vida

A Lusitania Vida apresenta um portfólio de soluções em áreas diversas que procuram responder às necessidades de proteção e previdência individual, de poupança e capitalização, reforma e rendimento.

Destacamos no âmbito da previdência, o Lusitania Proteção Vida que conjuga garantias de morte e invalidez, providenciando a sustentabilidade das pessoas e das famílias após uma fatalidade.

No que respeita à poupança e à reforma, o relevo vai para o Lusitania Poupança Reforma PPR considerado em três anos consecutivos, "Escolha Acertada" pela DECO Proteste na classe dos PPR com capital garantido.

Na capitalização merece realce as nossas soluções de Lusitania Rendimento e Lusitania Investimento, produtos que conciliam segurança do capital investido com rendimento e liquidez elevados.

Para as empresas, a Lusitania Vida dispõe também de um conjunto de soluções para satisfação de necessidades de proteção e reforma para todos os trabalhadores.



# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA FUTURO



no 30.º aniversário, celebramos a proteção  
da reforma e do ambiente

# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA FUTURO

1 723

Milhões de euros  
Ativos sob gestão

39

Fundos de Pensões sob gestão

45 000

Clientes

Os ativos sob gestão cresceram 10% em 2019, fixando-se a quota geral de mercado da Futuro em 8%, mantendo a sexta posição no *ranking* das entidades gestoras de fundos de pensões. A quota de mercado no segmento de fundos abertos subiu para 22,1%.

Iniciaram a sua comercialização três novos Fundos Abertos (não PPR).

No mercado institucional, foram constituídas quatro novas Adesões Coletivas.





## Criação e distribuição de valor

(em milhares de euros)		2017	2018	2019
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Receitas	9 125	7 534	7 810
	Provedores de capitais	0	0	0
	Estado	20	14	10
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Fornecedores	6 021	4 555	4 659
	Colaboradores e Órgãos Sociais	1 912	1 885	1 922
	Comunidade	65	93	125
	<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>	1 107	988	1 094

## Principais iniciativas desenvolvidas

### Sistema Integrado de Gestão da Futuro (SIG)

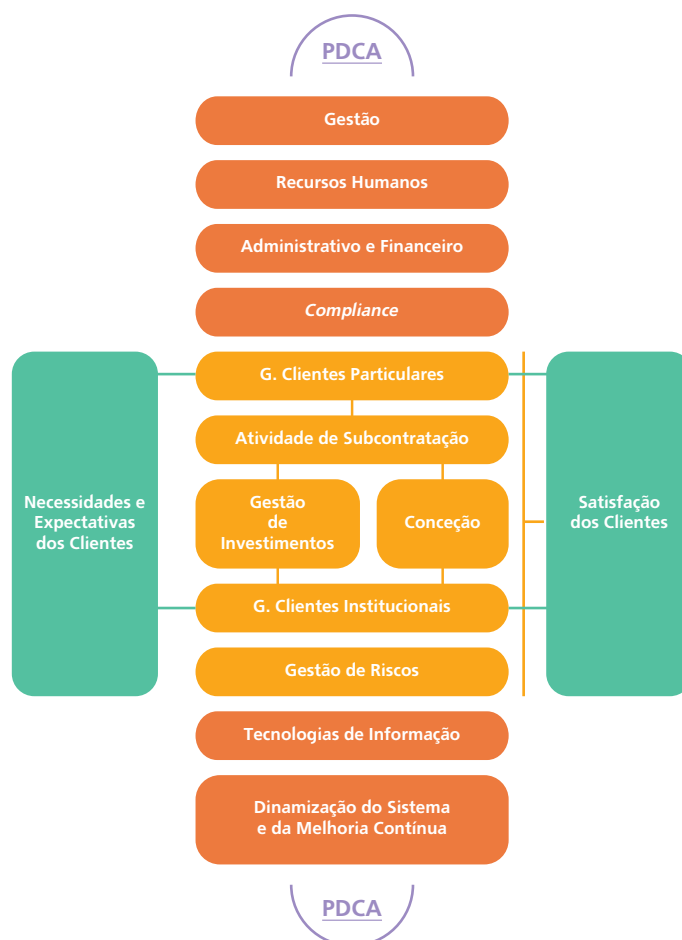
O Sistema Integrado de Gestão da Futuro (SIG) é composto pelo Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) e pelo Sistema de Gestão de Riscos e Controlo Interno (SGRCI) e engloba ainda a Certificação Global Investment Performance Standards (GIPS).

O Sistema tem por base três referenciais normativos: ISO 9001 para a Gestão da Qualidade; Norma da ASF-Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (anteriormente ISP Instituto de Seguros de Portugal) n.º 8/2009-R, para a Gestão de Riscos e Controlo Interno e Normas GIPS, para a área de gestão de carteiras de investimento.

A Futuro foi a primeira Entidade Gestora a obter em 2001 a Certificação da Qualidade, sendo o Certificado atribuído pela APCER - Associação Portuguesa de Certificação.

A certificação cobre as atividades de conceção, gestão, comercialização e prestação de serviços na área de Fundos de Pensões Abertos e Fechados.

A organização do Sistema compreende o âmbito da atividade e do contexto organizacional em que a Futuro opera, com particular caracterização do meio envolvente interno (contexto interno) e do meio envolvente externo (contexto externo).



A matriz das partes interessadas relevantes (*stakeholders*) internas e externas, determina o impacto destas partes na Futuro, bem como o impacto da Futuro nas partes interessadas, tendo subjacente uma análise crítica em termos de cumprimento dos requisitos para a operacionalização da estratégia e conseqüentemente do atingir dos resultados do Sistema Integrado de Gestão da Futuro.

O SIG está estruturado por processos, é composto por 6 processos que se interligam entre si – os processos de suporte recolhem informação e articulam-se com os operacionais – e concretizam a oferta de Produtos e Serviços da empresa. Os Gestores de Processo garantem a melhoria contínua implementando o ciclo PDCA- Planear-Executar-Verificar-Atuar (*Plan-Do-Check-Act*).

A cadeia hierárquica de responsabilidades destaca como órgão máximo o Conselho de Administração que por sua vez envolve os Gestores de Processo na promoção e revisão dos seus processos, zelando pelo cumprimento dos controlos associados à boa manutenção do Sistema Integrado de Gestão, com particular destaque no tratamento dos riscos e oportunidades.

No Manual do Sistema explicita-se o contexto organizacional onde a Futuro está inserida, bem como toda a envolvente interna e externa. A compreensão das necessidades e expectativas das partes interessadas (*stakeholders*) também é alvo de análise, considerando os requisitos relevantes como alvo de reflexão na identificação e avaliação do risco. É também definido o âmbito da atividade em relação às diversas certificações e em concreto para a Norma NP EN ISO 9001:2015, para além das políticas, visão, missão e valores da empresa.

Descreve-se ainda de que forma são analisados os riscos da Entidade Gestora e dos Fundos de Pensões, suportados na matriz de risco da Futuro, e como interagem com o planeamento efetuado anualmente.

Refere-se que a Futuro é *compliant* com as Normas GIPS que exigem à empresa o cumprimento de determinados princípios e regras, e conferem rigor e transparência na divulgação integral de toda a informação relacionada com a forma como investe e valoriza os seus ativos.

Para além do Manual que constitui a base da informação, o Sistema Integrado de Gestão da Futuro está suportado por outros elementos documentais, tais como a documentação dos processos, os quais contêm as entradas e saídas, a descrição das atividades e as respetivas funções responsáveis e participantes. Existem ainda os Procedimentos transversais a toda organização e manuais específicos para determinadas funções.

Toda a documentação está disponível por acesso online, em zona de acesso comum, para facilidade de consulta e impressão por qualquer colaborador da Futuro.

Cumprindo o exigido na regulamentação em vigor, anualmente o Administrador Executivo promove a revisão do Sistema com os restantes Diretores (Gestores de Processo).

Na revisão analisa-se o desempenho do sistema, os resultados e o seu alinhamento com a estratégia e os

objetivos definidos para a organização.

São entradas para a revisão anual os resultados das auditorias internas e externas e o seguimento das ações corretivas empreendidas. Avaliam-se ainda as políticas, missão e valores da empresa, as alterações do contexto interno e externo, bem como da satisfação dos clientes e outras partes interessadas. A apreciação global de todo o sistema compreende ainda a análise do desempenho e eficácia do sistema no que respeita ao cumprimento dos objetivos da qualidade, dos processos e conformidade da prestação dos serviços da Futuro, das reclamações, não conformidades e ações e da forma como é efetuada a monitorização e medição de eficácia do sistema.

### Certificação Da Qualidade \_ Zero Não Conformidades

**A Futuro, líder na obtenção da Certificação da Qualidade, tornou-se uma empresa certificada em outubro de 2001. A Certificação da Qualidade cobre todas as áreas de atuação da Sociedade Gestora: conceção, gestão, comercialização e prestação de serviços na área de Fundos de Pensões Abertos e Fechados. Na auditoria de acompanhamento de certificação da norma NP EN ISO 9001:2015, realizada em 2019 pela APCER, não foram, pelo sétimo ano consecutivo, identificadas situações de “Não Conformidade”, facto que atesta a observação de elevados padrões de ética e qualidade.**

### Certificação GIPS

A Certificação GIPS (*Global Investment Performance Standards*) obtida em 2013 reconheceu à Futuro o cumprimento de determinados princípios e regras, na forma como valoriza e avalia a rendibilidade dos ativos que tem sob a sua gestão.

Em 2019, concluiu-se o processo de verificação do cumprimento das normas GIPS para o período compreendido entre 31 de dezembro de 2017 e 31 de dezembro de 2018. Este processo consistiu na revisão das políticas, procedimentos e ferramentas da empresa em todas as etapas de cálculo e apresentação da performance de investimentos. Neste processo de verificação recorrente da *compliance* com as normas GIPS, a Futuro contou com a intervenção da MERCER.

## Iniciativas ligas ao ambiente

Desde há vários anos que a FUTURO tem vindo a implementar diversas práticas e medidas na área da Sustentabilidade, em consonância aliás com as políticas do Grupo Montepio nesta matéria. Prossequimos internamente uma política de combate ao desperdício (especificamente de papel), tendo enveredado pelo arquivo digital há mais de 20 anos e fomenta-se internamente a recolha de desperdícios para reciclagem, nomeadamente tampas de plástico, *toners* e equipamento obsoleto.

Na empresa foi ainda totalmente abolido o uso de copos de plástico.

A nível laboral, a Futuro tem por prática auxiliar jovens adultos a ingressar no mercado de trabalho, facultando anualmente um estágio remunerado a um ou dois recém-licenciados em áreas de Contabilidade, Gestão, Economia ou Matemática.

Quanto à adoção de extratos digitais, podemos afirmar que a grande maioria dos nossos clientes já recebem o extrato digital, referente à subscrição de unidades de participação dos Fundos de Pensões da Futuro.

Para clientes empresa foi criado o Netfuturo: trata-se de um portal para acesso online por parte de empresas clientes dos fundos e, entre outras, refere-se a funcionalidade de permitir anualmente a indicação das opções de investimento pelos empregados das empresas com adesões coletivas que facultam essa liberdade de escolha.

Em termos de utilização por parte de Clientes Particulares, não ligados a Empresas, já existem alguns participantes com acesso online e será gradualmente alargada esta funcionalidade a todos os participantes dos fundos, à medida que a plataforma for evoluindo tecnologicamente.

Foi também criado um novo site da Futuro que primou pela simplicidade e interação com os clientes, facilitando a subscrição dos fundos destinados a particulares.

Noutras vertentes, designadamente no que se refere às políticas de investimento prosseguidas para gestão dos Fundos de Pensões que tem em carteira, a Futuro encontra-se numa fase inicial de adoção de medidas concretas tendentes à adoção de princípios ESG (Environmental and Social Governance).

Foi também recentemente adotado o princípio de utilização de automóveis híbridos na sua frota automóvel, como medida de combate à poluição.

## Outras iniciativas

### **30º aniversário PPR 5 ESTRELAS**

Em dezembro assinalou-se o 30º aniversário do PPR 5 ESTRELAS, que atingiu o final do ano com um volume de ativos superior a € 150 Milhões, fazendo jus ao seu posicionamento como o maior PPR do mercado de fundos de pensões (dados ASF).

## Os Produtos da Futuro

Para responder às necessidades de complemento de reforma, quer numa base individual quer numa base coletiva, a Futuro dispõe de todas as soluções possíveis no âmbito dos fundos de pensões.

Com o **scorempresas - Soluções Complemento de Reforma para Empresas**, a Futuro está apta a apoiar, desde a micro à grande empresa, na escolha e conceção da solução mais adequada, à medida das necessidades e atendendo aos interesses a acautelar:

- **scoreglobal** com carácter mais abrangente, possibilita a conceção de um Fundo de Pensões fechado específico para a Empresa ou a Adesão Coletiva a fundos de pensões abertos já existentes e com um plano de benefícios desenhado à medida;
- **scoreexecutivos** destina-se apenas a alguns trabalhadores que a empresa designe e assume a forma de uma Adesão Individual a um fundo de pensões aberto ou a um fundo de pensões PPR, obedecendo exclusivamente às condições definidas para os mesmos.

Os **Clientes Particulares** podem também subscrever fundos de pensões abertos, fundos de pensões PPR e o fundo de pensões PPA.

### Fundos de Pensões Abertos geridos pela Futuro

Fundos de Pensões Abertos	Fundos de Pensões PPR	Fundos de Pensões PPA
FUNDO FUTURO XXI	PPR 5 ESTRELAS	PPA ACÇÃO FUTURO
FUNDO VIVA	PPR GERAÇÃO ACTIVA	
FUNDO FUTURO CLÁSSICO	PPR GARANTIA DE FUTURO	
FUNDO FUTURO ACTIVO	PPR BIG AÇÕES ALPHA (*)	
FUNDO FUTURO PLUS	PPR BIG TAXA PLUS (*)	
FUNDO FUTURO LIFE	PPR BIG CONSERVADOR (*)	
FUNDO BIG PRESTIGE EQUILIBRADO (*)	PPR BIG MODERADO (*)	
FUNDO BIG PRESTIGE MODERADO (*)	PPR BIG AÇÕES EQUILIBRADO (*)	
FUNDO CORPORATE MODERADO	PPR BIG OBRIGAÇÕES ESTRATÉGICO (*)	
FUNDO CORPORATE DINÂMICO	PPR PREMIUM AFORRO (**)	
FUNDO CORPORATE CRESCIMENTO	PPR PREMIUM MODERADO (**)	
FUNDO BK MODERADO (***)	PPR PREMIUM DINÂMICO AÇÕES (**)	
FUNDO BK DINÂMICO (***)		

(\*) Fundos exclusivamente comercializados pelo BIG.

(\*\*) Fundos exclusivamente comercializados pela Mii Capital

(\*\*\*) Fundos exclusivamente comercializados pelo Bankinter

### Comercialização dos Fundos de Pensões

Para a comercialização dos Fundos de Pensões que gere, a Futuro estabeleceu protocolos com a APROSE e o IAPMEI, e contratos de mediação com o Banco Montepio, a Mii Capital, S.A. e o Banco de Investimento Global (BIG).

### Satisfação de Clientes

Em termos de avaliação da satisfação dos clientes, refere-se que a mesma assume uma importância determinante na oferta de produtos e serviços aos nossos clientes.

A satisfação dos clientes dos fundos de pensões da Futuro é medida com regularidade para aferir que cumprem a sua visão, de ser uma empresa reconhecida pela qualidade de serviço e inovação, e a sua missão, de assegurar aos clientes a proteção na reforma.

O modelo utilizado para os Clientes Particulares centra-se em três vetores de avaliação: Qualidade do atendimento; Qualidade da Informação e Qualidade da *Performance*.

Quanto às expectativas dos Clientes Institucionais, focam-se

em três grandes dimensões, a Qualidade do desempenho da Futuro; a Qualidade da Monitorização do Fundo/ Acompanhamento ao Cliente e a Qualidade da *Performance/ Rendibilidades*.

Os estudos para medir a satisfação são realizados através de inquéritos, tomando como base o segmento de clientes particulares e o segmento de clientes empresa.

Complementarmente a estes estudos a Futuro monitoriza ainda a avaliação através de indicadores indiretos de satisfação dos clientes, numa base anual, que constituem uma medida adicional de controlo e avaliação das expectativas dos clientes.

Estes indicadores indiretos de satisfação permitem concluir se o **cliente particular** mantém a taxa de fidelização e complementarmente analisar a quota de mercado neste segmento.

Quanto ao segmento de **clientes empresa** os indicadores indiretos relevam o grau de satisfação, na medida em que se constata se no período considerado ocorreu alguma transferência de cliente institucional para fora da Futuro, ou se por outro lado, foi captado novo negócio.

**3**  
reclamações em 2019

**4,7** dias  
Tempo médio de resposta  
às reclamações

**0%**  
Reclamações com razão do participante

## Recolha e tratamento de reclamações

Adianta-se como definição para o conceito de reclamação a expressão de insatisfação apresentada à empresa, relacionada com os produtos ou/e serviços disponibilizados, ou com o próprio processo de tratamento de reclamações, relativamente à qual é esperada, explícita ou implicitamente, uma resposta ou resolução.

As reclamações são registadas em base de dados, e são sujeitas a uma análise com vista a delinear o tratamento/resolução adequado ao assunto formulado.

O registo na base de dados permite a impressão de uma “Ficha de Reclamação”, que é encaminhada para a Área responsável pela anomalia.

A Área a quem compete a correção da anomalia analisa os motivos que estiveram na origem da reclamação e desencadeia as correções necessárias.

Caso o motivo que esteve na origem da reclamação implique a abertura de uma ação, procede-se também ao seu registo na “Base de dados de Reclamações, Não Conformidades e Ações” e segue o instituído no procedimento “Reclamações, Não Conformidades e Ações”, que implica entre outras fases, a identificação da não conformidade, a correção, a análise de Riscos e Oportunidades e posteriormente o desenvolvimento e implementação das ações.

Após o decurso e acompanhamento da mesma, será verificada a sua eficácia, procedendo-se posteriormente ao seu fecho.

Periodicamente é feito o tratamento estatístico de reclamações, o qual permite detetar a existência de uma tendência de agravamento ou persistência de um problema específico, atuando sobre ele e definindo ações corretivas, se for caso disso.

O prazo médio para resolução de reclamações estabelecido na empresa é menor ou igual a 6 dias.

As reclamações dos Participantes dos Fundos da Futuro, para além de origem direta, podem ainda ser formuladas através dos seguintes órgãos:

- Provedor dos Participantes e Beneficiários dos Fundos de Pensões Abertos”, designado pela Associação Portuguesa de Fundos de Investimento, Pensões e Patrimónios - APFIPP em nome das suas Associadas;
- Gabinete do Cliente do Montepio;
- Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões - ASF.

Conforme legislação em vigor existe um Livro de Reclamações na Futuro, sendo a reclamação tratada de acordo com os procedimentos instituídos.



# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA GESTÃO DE ACTIVOS



gerimos 17 fundos  
de investimento mobiliário

# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA GESTÃO DE ACTIVOS

17

N.º FIM Geridos

88,9%

Peso dos ativos sob Gestão discricionária de carteiras

1 704

Milhões de euros Ativos sob gestão

A Montepio Gestão de Activos presta serviços nas seguintes áreas:

- gestão de fundos de investimento mobiliário (desde fevereiro de 1992),
- gestão discricionária de carteiras por conta de outrem (desde julho de 2004) – esta atividade era anteriormente desenvolvida pela MG Patrimónios.

## Criação e distribuição de valor

(em milhares de euros)		2017	2018	2019
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Receitas	5 035	2 914	2 551
	Provedores de capitais	1 478	111	0
	Estado	432	39	20
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Fornecedores	1 654	1 745	1 689
	Colaboradores	1 019	1 014	1 080
	Comunidade	5	5	0
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>		447	0	-237

## Principais iniciativas desenvolvidas

### Ativos sob gestão

O valor total dos ativos sob gestão (valores reportados a 31 de maio de 2020) é de € 1 651,5 milhões, sendo € 162,6 milhões na área de gestão de fundos de investimento mobiliário e € 1 488,9 milhões na área de gestão discricionária de carteiras.

### Fundos de investimento

Em termos de fundos de investimento, a Montepio Gestão de Activos gere dezassete fundos, sendo três de obrigações e curto prazo, nove de ações (dos quais cinco apresentam um perfil de exposição sectorial) e cinco de multiativos (cujas carteiras estão expostas a ações e obrigações, em diferentes geografias). Os fundos de investimento são comercializados pelo Banco Montepio, sendo produtos standartizados, cuja política de investimentos e respetivos limites de exposição constam dos documentos constitutivos dos fundos (prospecto completo e IFI), e destinam-se a um universo de clientes a quem proporcionam a oportunidade de fazer aplicações em determinadas classes de activos (ações, obrigações, etc.), em carteiras diversificadas e geridas de forma profissional.

### Gestão de carteiras

Em termos de gestão de carteiras, a quase totalidade dos ativos geridos provém de clientes institucionais, com particular enfoque em fundos de pensões e, ainda que com menor peso relativo, em carteiras de seguradoras. A gestão discricionária de carteiras permite oferecer ao cliente uma gestão à medida das suas necessidades, requisitos e perfil de investimento e risco, sendo celebrados contratos de gestão que, dentro do estabelecido em termos legais e regulamentares, são definidos com o cliente e onde, por essa via, este tem completa possibilidade de alterar o perfil de investimento e de risco, ou quaisquer outras características contratuais.



# SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA RESIDÊNCIAS MONTEPIO



comprometemo-nos a dar qualidade  
de vida a quem mais precisa

# SUSTENTABILIDADE

---

# NA EMPRESA

---

# RESIDÊNCIAS MONTEPIO

---

# 8

Residências Assistidas

# 1 012

Camas

# 591

Colaboradores

A empresa Residências Montepio foi criada a pensar no seu bem-estar dos seus utentes e enquadra-se no espírito, essência e natureza do Grupo Montepio. A sua atividade centra-se na gestão de centros residenciais que incluem residências geriátricas, residências assistidas, centros de dia e serviços pessoais ao domicílio. As Residências Montepio proporcionam soluções destinadas a promover o bem-estar e a melhorar o dia-a-dia dos seus utentes e em todos os centros residenciais as equipas de recursos humanos proporcionam variados serviços que vão desde a medicina e enfermagem, à animação sociocultural.

O ano de 2019 caracterizou-se, em matéria de Gestão de Pessoas, pela consolidação de procedimentos, captação de Talentos para a abertura da Unidade de Entrecampos, que ocorreu em dezembro de 2019, e preparação dos trabalhos para o arranque do projeto de implementação de uma nova solução digital de gestão dos processos de gestão administrativa de RH.



## Criação e distribuição de valor

(em milhares de euros)		2016	2017	2018
<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Receitas	20 742	21 778	22 629
	Provedores de capitais	67	54	40
	Estado	51	49	77
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Fornecedores	11 845	12 437	12 863
	Colaboradores	8 184	8 374	9 265
	Comunidade	23	8	3
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>		573	856	381

## Principais iniciativas desenvolvidas

### Qualidade do serviço

As Residências Montepio implementaram e aplicam, desde 2011, conforme a NP EN ISO 9001:2008 um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) para a prestação de serviços integrados de cuidados a pessoas de qualquer idade, quer em centros de caráter social e sanitário, quer mediante assistência domiciliária.



### Certificação de Qualidade

Em 2018, as Residências Montepio transitaram com sucesso, para a Norma ISO 9001:2015, conforme certificação emitida pelo organismo de Certificação TÜV Rheinland Portugal, Lda., para um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) para a Prestação de serviços integrados de cuidados sociais e de saúde, a pessoas de qualquer idade, através de: Estruturas Residenciais para Pessoas Idosas (ERPI), Unidades da Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados (RNCCI), assistência domiciliária (SAD) e serviço de teleassistência (STA). Em 2019, foi conduzido um processo de revisão do sistema de gestão da qualidade (SGQ), que pretendeu determinar o gap face à norma de referência (ISO 9001:2015), estabelecer a Organização da Qualidade e de Controlo Interno com as estruturas de RH, funções, papéis, autoridades e responsabilidades e rever os processos de gestão da qualidade, documentando a metodologia de gestão do risco para suportar o manual de controlo interno. Todas estas ações foram tendentes a diminuir a distância à norma e a agilizar o processo, tornando mais próximo da gestão operacional da empresa e com isto aumentar a validade facial do SGQ junto das Direções envolvidas. Pretendeu-se preparar o SGQ para alargamento futuro do seu âmbito a outras Residências e incorporação de indicadores e métricas do referencial internacional de acreditação da Joint Commission.

## Serviço de Teleassistência

As Residências Montepio têm um Serviço de Teleassistência - *Smart-Band* Residências Montepio – que tem como objetivo oferecer soluções cómodas, tranquilizadoras e eficientes, disponibilizando sempre a assistência necessária tanto no conforto do lar, como fora dele.

Em casa, o serviço é simples e funciona através da colocação do Telemóvel Sénior na base do equipamento que, com a ligação a uma tomada elétrica, deteta automaticamente quando o utilizador está dentro ou fora de casa. Tendo em conta que 90% dos utilizadores de Teleassistência saem de casa regularmente e que 40% dos acidentes acontecem na rua, o mesmo telemóvel funciona no exterior – com localizador GPS integrado, permitindo monitorização e configuração remotas, para além de integrar um Botão SOS tanto no telemóvel como ou no relógio, porta-chaves ou pendente.

Este é um método de deteção de quedas, monitorização ou alarme pessoal, que pode ser usado todo o dia, mesmo no banho. Com o sistema de monitorização, os alertas podem ocorrer de três formas distintas: pelo utilizador; através do movimento ou ainda se não confirmar as verificações de bem-estar

Este Serviço inclui, também, um Médico ao Domicílio 24h/dia, 365 dias ano, com um copagamento de apenas 15€.



## Cartões Programas de Saúde

As Residências Montepio criaram o programa de benefícios – VITALidade+ – que dá acesso a um mundo de vantagens e descontos.

Trata-se de um programa inovador que oferece condições preferenciais no acesso à Assistência Médica ao domicílio gratuita, 24horas/dia – 365 dias/ano e descontos em entidades de saúde e lazer.

## Oferta sustentável

Embora de forma não sistemática, as Residências Montepio contribuíram para a capacitação dos agentes informais, mediante informação e sensibilização dos familiares sobre as melhores práticas de apoio às atividades da vida diária e às atividades instrumentais dos idosos a seu cargo.

As Residências Montepio encontram-se a desenvolver, com a Faculdade de Farmácia de Lisboa, uma investigação sobre a utilização racional dos medicamentos. .

## Gestão das reclamações

As Residências Montepio cumprem rigorosamente com o estipulado pela Entidade Reguladora da Saúde e pela Segurança Social, que prevê a submissão, dentro de prazos fixos, das reclamações e queixas dos utentes, bem como informação do seguimento que tenha sido dado às mesmas, e cópia da informação escrita prestada ao reclamante. O seu número total não é expressivo e a apreciação das medidas tomadas pelas entidades de fiscalização competentes tem validado a sua adequação.

# SUSTENTABILIDADE NAS RESIDÊNCIAS MONTEPIO U LIVE



os nossos valores são distinguidos pelos outros / os outros  
veem a nossa missão com bons olhos

# SUSTENTABILIDADE NAS RESIDÊNCIAS MONTEPIO U LIVE

5

Residências

157

Camas

622

receitas em  
milhares de euros

Atenta às preocupações atuais da sociedade portuguesa e em particular às necessidades de alojamento dos estudantes deslocados, a Associação Mutualista Montepio criou a empresa Montepio Residências para Estudantes, S.A., promotora das Residências Montepio U Live, que disponibilizam alojamento universitário, de qualidade, no centro das grandes cidades, a preços compatíveis com o orçamento das famílias.

## Criação e distribuição de valor

(em milhares de euros)

2019

<b>VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO</b>	Receitas	622
	Provedores de capitais	0
	Estado	1
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO</b>	Fornecedores	465
	Colaboradores	21
	Comunidade	0
<b>VALOR ECONÓMICO ACUMULADO</b>		136

## Principais iniciativas desenvolvidas

As Residências Montepio U Live disponibilizam alojamento de elevada qualidade, que inclui limpeza diária das zonas comuns, manutenção preventiva e corretiva das instalações, assistência técnica dos equipamentos e dos serviços, incluindo à rede Wifi, e acompanhamento diário pela equipa do Montepio U Live.

Vivem atualmente nas Residências Montepio U Live de Lisboa Santos, Almirante Reis e 24 de Julho - e de Évora - Giraldo e Muralhas -, cerca de 160 estudantes universitários de diversas nacionalidades, maioritariamente portugueses oriundos de várias zonas de Portugal continental e das ilhas, que desenvolvem o seu percurso académico em áreas de interesse tão diversas como a Economia, a Medicina, a Engenharia, a Arquitetura, o *Design* ou as Ciências do Desporto.

As mensalidades do alojamento diferem consoante a localização da Residência e as condições de cada quarto, quanto à dimensão e tipologia. Os associados da Associação Mutualista Montepio beneficiam de um desconto de 10% sobre a mensalidade.

## Gestão das reclamações

No *website* das Residências Montepio U Live existe um espaço para efetuar reclamações. Em 2019, não houve registo de reclamações.





# VALORIZAR OS COLABORADORES



lutamos pela igualdade  
de oportunidades no trabalho

# VALORIZAR OS COLABORADORES

4 744

Colaboradores

336

Novas contratações

140 462

Horas de formação

Considerando apenas a formação referente a colaboradores

## Desempenho 2019

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI <sup>1</sup>	META	RESULTADO	
<b>FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS</b>					
<b>Manter e reforçar a humanização das relações entre o Grupo Montepio e as suas diversas partes interessadas (stakeholders)</b>	Garantir a gestão integrada do capital humano	Taxa de absentismo no Banco Montepio (%)	= ou <6%	6,03%	●
		Equipamentos ergonómicos disponibilizados aos colaboradores [%]	50%	76%	●
		Apoio psicológico em situações de crise [%]	95%	100%	●
		Nível de satisfação dos colaboradores com as iniciativas da Academia Montepio [%]	= ou >75%	55%	●
		Formação aos colaboradores [#]	= ou >35h Colaborador/ano	38h	●
		Avaliadores com formação em gestão de desempenho [%]	>85%	12%	●
		Colaboradores abrangidos por sistema de avaliação de desempenho [%]	100%	98%	●
		Ações de envolvimento dos colaboradores (Semana do bem-estar, Evento de comemoração de passagem aos quadros, M Talks, Lunch with the Board e Café com o CEO/ Presidente)	Semana do bem-estar: 1	Semana do bem-estar: 1	●
			Evento de comemoração de passagem aos quadros: 1	Evento de comemoração de passagem aos quadros: 1	●
			M Talks: 6	M Talks: 6	●
	Lunch with the Board: 6		Lunch with the Board: 6	●	
	Café com o CEO/ Presidente: 6		Café com o CEO/ Presidente: 6	●	
	Comunicação com os colaboradores (Intranet, Skypecalls e Minuto M)	Minuto M: 3 Skypecalls:20 Evento de Streaming :1	Minuto M: 3 Skypecalls:20 Evento de Streaming :1	●	
	Curso de e-learning de Voluntariado do Grupo Montepio para novos colaboradores e trainees do Banco e restantes participadas	ND	ND	●	
	Campanha vacinação anti-gripe	95%	99%	●	
Colaboradores com idade = ou < a 30 anos [%]	3%	4%	●		
Implementa ruma perspetiva de inclusão interna e externa, respeito pela diversidade e desenho universal	Integração de colaboradores com deficiência [%]	2%	2%	●	
	Mulheres a desempenhar cargos de Administração Executiva e Direção 1.ª linha [%]	30%	41%	●	
	Nº de Participações nas iniciativas relacionadas com o Plano de Igualdade de Género do Banco Montepio [%]	>100 pax	146	●	

<sup>1</sup> KPI = Key Performance Indicator  
ND – Não definido

A EQUIPA MONTEPIO

**53%**

colaboradores do género feminino

**57%**

dos colaboradores trabalham nos serviços centrais

**95%**

dos colaboradores com contrato permanente/prazo indeterminado

**47%**

colaboradores do género masculino

**43%**

dos colaboradores trabalham nos serviços comerciais (balcões)

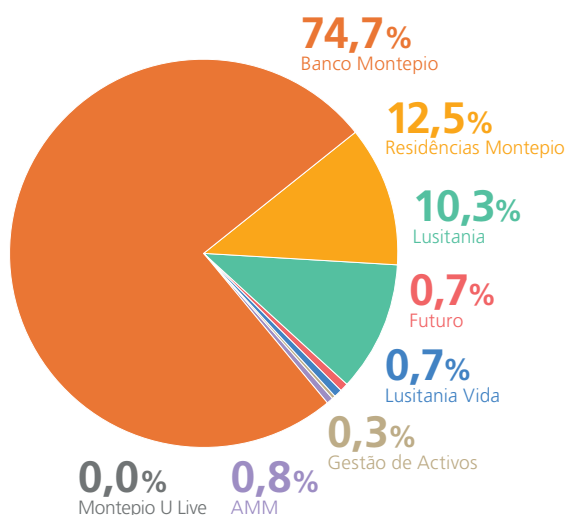
**99,7%**

dos colaboradores a tempo integral

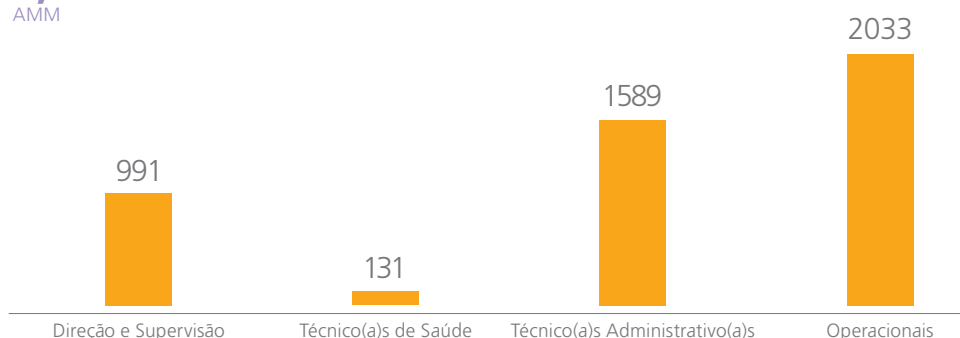
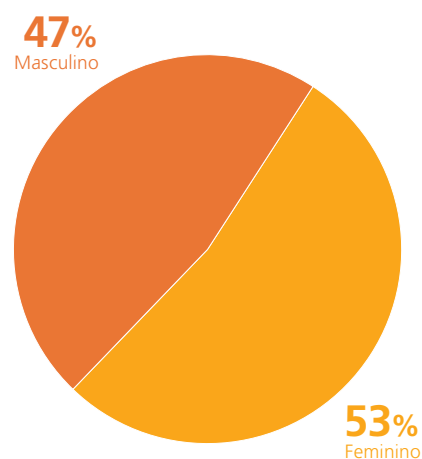
No final de 2019, a equipa do Grupo Montepio era constituída por 4 744 colaboradores, distribuídos entre a AMM (0,8%), Banco Montepio (74,7%), a Lusitania (10,3%), a Lusitania Vida (0,7%), a Futuro (0,7%), a Montepio Gestão de Ativos (0,3%), e as Residências Montepio (12,5%) e a Residências Montepio U Live (0,0%).

É importante referir que alguns colaboradores do Banco Montepio se encontram cedidos à Associação Mutualista Montepio, e a Fundação Montepio não tem quadros próprios, trabalhando com os recursos humanos da AMM.

Colaboradores por empresa



Colaboradores por género





## Principais iniciativas desenvolvidas

### 1. RECRUTAMENTO

# 4 744

colaboradores

# 336

novas contratações

# 380

saídas

Uma das fortes apostas do Grupo Montepio é o recrutamento interno, na medida em que pode dar resposta às necessidades organizacionais e, com a promoção de mobilidade, proporcionar a criação de oportunidades de valorização para os colaboradores. Em 2019, o Grupo Montepio contratou um total de 336 colaboradores e saíram 380 colaboradores, representando uma taxa de novas contratações de 7% e uma taxa de rotatividade de 8%.

#### AMM

	Género		Região				Faixa etária		
	Feminino	Masculino	Norte	Sul	Centro	Ilhas	<30	30 a 50	>50
<b>Novas Contratações</b>	9	6	0	14	1	0	4	10	1
<b>Rotatividade</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0

#### Banco Montepio

	Género		Região				Faixa etária		
	Feminino	Masculino	Norte	Sul	Centro	Ilhas	<30	30 a 50	>50
<b>Novas Contratações</b>	50	43	8	73	8	4	59	30	4
<b>Rotatividade</b>	43	54	14	74	7	2	32	44	21

#### Lusitania

	Género		Região				Faixa etária		
	Feminino	Masculino	Norte	Sul	Centro	Ilhas	<30	30 a 50	>50
<b>Novas Contratações</b>	11	8	0	0	0	0	8	11	0
<b>Rotatividade</b>	10	16	0	0	0	0	2	18	6

#### Lusitania Vida

	Género		Região				Faixa etária		
	Feminino	Masculino	Norte	Sul	Centro	Ilhas	<30	30 a 50	>50
<b>Novas Contratações</b>	1	1	0	0	0	0	0	0	0
<b>Rotatividade</b>	1	1	0	0	0	0	0	0	0

#### Futuro

	Género		Região				Faixa etária		
	Feminino	Masculino	Norte	Sul	Centro	Ilhas	<30	30 a 50	>50
<b>Novas Contratações</b>	0	2	0	0	0	0	0	2	0
<b>Rotatividade</b>	1	0	0	0	0	0	0	0	1



**Gestão de Activos**

	Género		Região				Faixa etária		
	Feminino	Masculino	Norte	Sul	Centro	Ilhas	<30	30 a 50	>50
<b>Novas Contratações</b>	4	0	0	0	0	0	0	3	1
<b>Rotatividade</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**Residências Montepio**

	Género		Região				Faixa etária		
	Feminino	Masculino	Norte	Sul	Centro	Ilhas	<30	30 a 50	>50
<b>Novas Contratações</b>	227	22	0	0	0	0	70	92	42
<b>Rotatividade</b>	228	26	80	158	16	0	72	123	59

**Residências Montepio U Live**

	Género		Região				Faixa etária		
	Feminino	Masculino	Norte	Sul	Centro	Ilhas	<30	30 a 50	>50
<b>Novas Contratações</b>	2	0	0	0	1	0	0	2	0
<b>Rotatividade</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**Banco Montepio**

Reconhecendo a importância do rejuvenescimento dos seus quadros, o Banco Montepio concluiu o processo de *trainees* que havia iniciado nos anos anteriores com a integração da maioria destes no seu quadro de efetivos.

Ainda neste âmbito, lançou as bases para iniciar em 2020 um novo programa de *trainees*, que pretende ser ainda mais consequente, fruto da experiência alcançada, de modo a constituir-se como uma entidade de referência na captação de talento.

Também no domínio do recrutamento, as iniciativas privilegiaram a reposição de saídas, por reforma ou outro motivo, assim como as áreas que apresentavam lacunas de competências técnicas e de liderança, de que o Banco Montepio não dispunha. Para levar a cabo esta gestão, foi revisto o modelo de recrutamento, que incorporou novas abordagens, reforçando-se as competências dos técnicos

da Direção de Gestão de Pessoas tendo em vista o alcance deste desiderato.

A mobilidade interna, como fator de crescimento e valorização profissional e fonte de recrutamento primordial para preenchimento das valências necessárias em cada área de atuação, assumiu necessária relevância e acuidade, tendo-se reforçado as iniciativas no sentido da sua melhoria.

**Gestão de Activos**

A estrutura da Montepio Gestão de Activos é composta por um quadro de 13 colaboradores, com elevado grau de especialização técnica (a quase totalidade com formação académica ao nível de licenciatura – pré 1995), com muito baixo nível de rotação e com uma antiguidade de destacar, apresentando uma repartição paritária em termos de género.

**2. FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO****140 462**

horas de formação\*

**3 683**

formandos\*

**37**

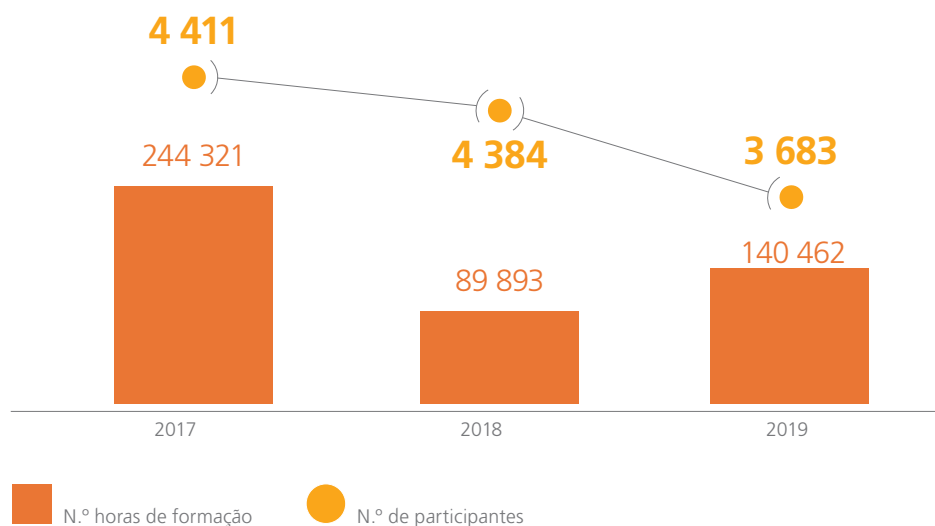
horas por colaborador\*

\*Foi considerada apenas formação referente a colaboradores

O Grupo Montepio considera que o capital humano é um dos ativos fundamentais da instituição, e por esse motivo compromete-se a assegurar formação e desenvolvimento contínuos aos seus colaboradores.

	AMM	Banco Montepio	Lusitania	Lusitania Vida	Futuro	Gestão de Activos	Residências Montepio	Montepio U Llive	2019
<b>N.º ações de formação</b>		835	118	ND	24	ND	ND	1	1 010
<b>Presencial</b>		245	15	ND	7	ND	ND	ND	662
<b>E-learning</b>		590	103	ND	17	ND	ND	ND	315
<b>N.º horas de formação</b>	A formação frequentada pelos colaboradores da AMM foi integrada do Banco Montepio	133 921	5 267	258	1 009	ND	ND	ND	140 462
<b>N.º participantes</b>		3 344	322	15	ND	ND	ND	2	3 683
<b>Horas por colaborador</b>		38	16	17	12	ND	ND	ND	37
<b>Colaboradores abrangidos por formação</b>		93%	66%	48%	ND	ND	ND	100%	-

### Formação no Grupo Montepio



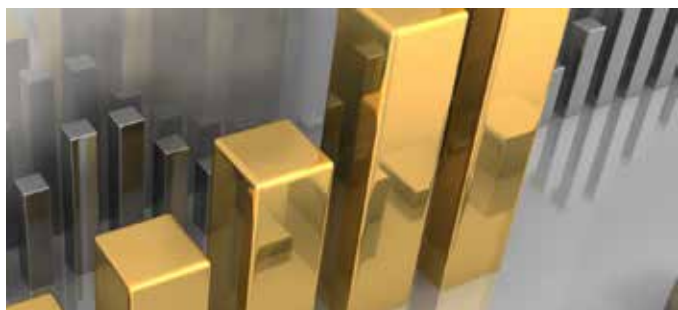
### Banco Montepio

Reconhecendo a importância da criação de horizontes de desenvolvimento e evolução profissional, desenhou-se um programa de gestão de talento, com vista a integrar os colaboradores a quem forem reconhecidas as características base para progressão e que se inicia em 2020 com um piloto, lançando-se deste modo as bases para o futuro, pretendendo-se que venha a constituir um marco diferenciador do Banco Montepio na gestão das suas pessoas.

### Academia Montepio

A Academia Montepio continua a evoluir como um pilar estratégico e integrador para a valorização dos Colaboradores do Banco Montepio, abrangendo inúmeras iniciativas com o objetivo de promover o seu desenvolvimento, em alinhamento com o Modelo de Gestão de Talento da organização. Durante o ano de 2019 verificou-se um incremento do

total de participações, horas de formação e número de ações face ao período homólogo de 2018. As 835 ações realizadas envolveram 93,4% dos colaboradores do Banco Montepio e registaram 53 796 participações, com um total de 133 921 horas de formação. A Escola de Conformidade continuou a ter um enfoque muito forte no conjunto de iniciativas desenvolvidas pela Academia Montepio. Com o objetivo de dar resposta a obrigações legais e a compromissos assumidos com entidades de supervisão, as principais temáticas abrangidas incidiram sobre a Comercialização de Crédito Hipotecário, a Formação Contínua sobre a Diretiva dos Mercados e Instrumentos Financeiros II, o Conhecimento da Nota de Euro e o Conhecimento da Moeda Metálica de Euro.



No âmbito da Escola Funcional, assumiu particular destaque o novo programa de formação para Colaboradores recém-admitidos da área comercial, que teve como principal objetivo apoiar a integração na função, proporcionando-lhes um entendimento geral das principais áreas da atividade bancária e dotando-os, ao mesmo tempo, dos conhecimentos necessários à utilização dos sistemas de informação e apoio ao negócio.

Esta formação contempla uma componente externa, focada no enquadramento do sistema financeiro, com a duração de 28 horas, assegurada pelo Instituto de Formação Bancária,

e uma componente interna de 7 horas, assegurada por elementos das equipas de especialistas internos, para apresentação dos principais produtos e aplicações da Instituição.



As questões da Cibersegurança assumiram particular relevância também nos temas desenvolvidos por esta Escola ao longo do ano de 2019. Foi disponibilizado o curso de sensibilização para o risco inerente às ações de todos os Colaboradores, por forma a dotá-los das ferramentas apropriadas e dos conhecimentos, para que realizem a sua atividade de forma segura, protegendo-se e evitando comportamentos que causem danos à organização. No conjunto de iniciativas desenvolvidas pela Academia Montepio em 2019 continuou a privilegiar-se a construção de conteúdos internamente e em formato de *e-learning*, combinados com formação presencial, orientada, fundamentalmente, com o intuito de desmultiplicação pela organização.

## Indicadores sobre Formação

	2017	2018	2019	LVar. 19/18 (%)
<b>Número de ações</b>	1 174	684	835	22,1
<b>Horas de formação</b>	230 624	74 034	133 921	80,9
<b>Número de participantes</b>	3 613	3 373	3 344	(0,9)
<b>Número de participações</b>	49 529	26 619	53 796	>100
<b>Investimento em formação (mil euros)</b>	518	564	545	(3,4)
<b>Colaboradores abrangidos por formação</b>	<b>99,5%</b>	<b>94,6%</b>	<b>93,4%</b>	<b>(1,2 p.p.)</b>

## Capital Humano e Formação

No âmbito do Plano de Transformação do Banco Montepio e das mudanças e desafios nele definidos, reforçou-se a atuação da Direção de Gestão de Pessoas com a integração da área de Comunicação e Cultura Organizacional, levando a cabo ações que promovem o fortalecimento das relações entre as várias áreas do Banco. Com a intenção de motivar os colaboradores a terem práticas éticas, sustentáveis e com criação de valor para o negócio, o Banco Montepio atua preventivamente, tendo organizado ao longo do ano

de 2019 diversos conteúdos de programas de formação que abrangeram 3 759 colaboradores. No quadro seguinte apresentam-se as 13 ações de formação e os respetivos resultados.

Ao longo de 2019, o Banco Montepio continuou a apostar e a desenvolver o futuro sistema integrado de gestão de talento. Focalizando os esforços nesta temática, a instituição implementou o projeto de revisão e consolidou o modelo de gestão do desempenho, dando início a um projeto piloto de gestão de potencial.

Ações de formação em 2019	N.º Ações	N.º Horas de Formação	N.º Colaboradores Abrangidos
<b>Programa Mentoria Mulheres Montepio</b>	2	220	44
<b>Assédio no Trabalho</b>	22	472	241
<b>Apoio Conceção de Planos Igualdade e Monitorização</b>	1	30	1
<b>Continuidade de Negócio</b>	12	90	69
<b>Economia Social</b>	1	1 080	6
<b>MoneyGram - Prevenção de Fraudes</b>	8	79	43
<b>Sustentabilidade - Grupo Montepio</b>	11	142	156
<b>Ética, Código e Dever de Conduta</b>	38	1 451	462
<b>Bem-Estar, Saúde e Segurança</b>	9	157	15
<b>Voluntariado Corporativo</b>	1	2	1
<b>Prevenção de Branqueamento de Capitais e Financiamento ao Terrorismo</b>	22	252	141
<b>Sensibilidade em Cibersegurança</b>	2	708	2 450
<b>Sensibilização Primeiros Socorros, Combate a Incêndios e Evacuação</b>	15	952	130
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>5 635</b>	<b>3 759</b>

## Lusitania

### Formação e desenvolvimento de competências

Em 2019, a atividade de formação desenvolveu-se, tanto para colaboradores da Lusitania, como para mediadores.

**Cursos e ações formativas em e-learning e presenciais realizados para colaboradores**

322 formandos, em 118 ações e 762 participações, num total de 5 267 horas

**Ações para mediadores da Companhia**

7 ações, envolvendo 220 pessoas, totalizando 805 horas

## Lusitania Vida

Em 2019, realizou-se uma ação de formação, que envolveu 15 colaboradores e 2 626 mediadores (com contrato e ativos). As ações de formação foram as seguintes:

Atuariado

Resseguro

Prevenção e Branqueamento de Capitais

IFRS 17

Novas tecnologias: diversos

Técnicas de subscrição de seguros

## Futuro

A formação profissional dos colaboradores da Futuro é anualmente planificada de forma a garantir melhoria de competências para o desempenho cabal de funções e para a manutenção dos padrões de qualidade de serviço a que habituámos os nossos Clientes.

Foram realizadas um total de 1 009 horas de formação que envolveram 79% dos colaboradores da empresa. A Futuro encerrou o ano com um quadro de pessoal de 31 profissionais. Em **matérias regulatórias e de cumprimento**, cultivou-se uma cultura de "Compliance", investindo na formação transversal a todos os efetivos, na temática do cumprimento do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) e das implicações regulamentares na atividade da Futuro do orçamento de estado de 2019.

No âmbito dos conhecimentos na área **financeira e administrativa**, a Futuro reforçou as competências dos colaboradores, nomeadamente em matérias de fiscalidade, encerramento de contas, declarações e taxonomia.

A **formação em língua inglesa**, extensível a todos os efetivos da Futuro é outra área que tem merecido investimento de formação nos últimos anos, sendo ministrada em horário laboral nas instalações da Sociedade, o que permite dotar os colaboradores de competências que os valorizam em contexto profissional e pessoal.

Ainda no âmbito da **valorização das competências académicas** existe na empresa, abertura a financiamento de Pós-graduações e Mestrados.

Refira-se que a Formação de Pessoal é uma das áreas mais bem cotadas nos inquéritos de Clima Organizacional bianuais realizados na Futuro, indicativo da valorização que os colaboradores atribuem à formação.

As horas de formação realizadas durante o ano incidiram sobre os seguintes temas (distribuição considerando o número de horas de formação): Línguas: 76,2%, Financeira/Contabilidade

7,1%, Fiscalidade 6,4%; Administrativa 3,2%; Marketing 2,4%; Investimentos 2,2%; Qualidade 1,6%; Gestão 0,5% e Informática 0,4%.

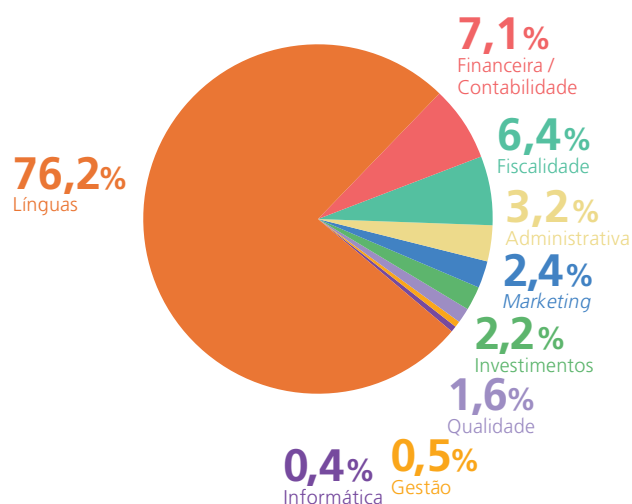
Em termos de apoio e **intercâmbio com a Universidade** a empresa recebe anualmente estagiários, e seguindo esta prática admitiu para estágio, uma pessoa com formação na área de Contabilidade.

A iniciativa tem como objetivo auxiliar os jovens a ingressar no mercado laboral e é praticada desde o ano de 2007.

A contribuição da Futuro para os objetivos de desenvolvimento sustentável faz-se disponibilizando aos colaboradores a oportunidade de obter a formação de que necessitam.

### Peso da formação por área

(n.º de horas)





## Residências Montepio

### Projeto *Coaching* e Desenvolvimento de Diretores de Serviços

Na sequência de **Projeto *Coaching* e Desenvolvimento** de Diretores de Serviços, a empresa avançou para um programa idêntico para as segundas linhas em cada Unidade – **os Supervisores e Gestores de Clientes**. O principal objetivo deste projeto foi desenvolver e reforçar as competências de gestão e liderança dos quadros intermédios das Residências Montepio, tendo em vista o incremento do seu nível de eficácia no exercício da liderança, contribuindo assim para uma maior proximidade junto das suas equipas e uma maior flexibilidade e alinhamento estratégicos, em consonância com as respetivas Direções. Foi iniciado o levantamento de necessidades para projeto de reestruturação do Sistema de Gestão de Informação, nomeadamente no que se refere à gestão de escalas e assiduidade, portal de colaborador e Gestão da Formação.

a uma metodologia de *focus groups* para promover uma abordagem colaborativa na sua revisão. Deste trabalho, resultou uma metodologia de definição de objetivos revista, que irá contribuir para um maior alinhamento em toda a organização e que será implementada no ciclo de avaliação de 2020.

### As Políticas e Regulamentos

O Banco Montepio prosseguiu o desenvolvimento e revisão de algumas das suas políticas e regulamentos no âmbito do plano de criação de quadros de referência de forma a balizar a atuação da gestão de pessoas da Instituição. Das políticas e regulamentos desenvolvidos, destacam-se a política de remunerações de colaboradores e de colaboradores relevantes, o quadro de orientação de atribuição de viaturas, a política de desempenho, a política de mobilidade e as políticas de apoios sociais. Existem, ainda, iniciativas que terão continuidade em 2020, nomeadamente, a conclusão da revisão do código de conduta e a finalização da política de gestão do desempenho.

Em 2019 concluiu-se e aplicou-se a revisão do plano da contratação coletiva, que produziu efeitos a partir do dia 01 de janeiro de 2018.

## 3. DESEMPENHO

# 3 433

colaboradores avaliados  
Banco Montepio e Lusitania

Em 2019, o Grupo Montepio 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, através da implementação de sistemas de gestão de desempenho.

### Banco Montepio

#### Gestão do Desempenho

Em 2019, manteve-se o percurso de consolidação do Modelo 3D – o sistema de gestão de desempenho do Banco Montepio, que apresenta indicadores com aumentos progressivos ao nível das participações. O ciclo de 2019 contemplou uma avaliação com base no perfil de competências e o contínuo reforço e incentivo à promoção de conversas de *feedback* entre chefias e colaboradores. Com o objetivo de consolidar o sistema de gestão do desempenho como um processo estruturante de gestão de pessoas, durante o ano de 2019, realizou-se um trabalho de revisão das suas características. Para tal, recorreu-se

### Igualdade de Género

Em 2019, o Banco Montepio iniciou a 2.ª edição do Programa de Mentoria Mulheres Montepio com a adesão de cerca de 28 pares Mentores-Mentorandos. Com o objetivo de tornar a iniciativa inclusiva, a edição deste ano permitiu que os colaboradores do género masculino com funções de liderança fossem Mentores no Programa. O Programa de Mentoria Mulheres Montepio tem como principais objetivos:

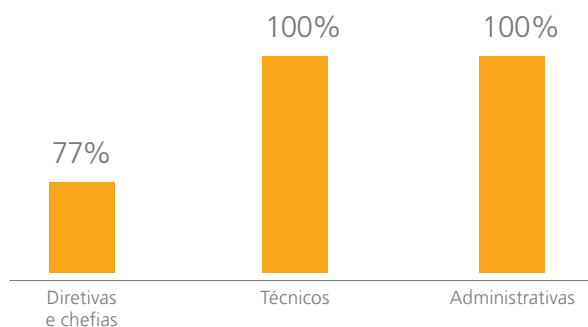
- Proporcionar o contacto com Líderes Mulheres do Banco Montepio, promovendo a partilha de conhecimentos, o *networking* e a valorização de *role models* na instituição;
- Acelerar o desenvolvimento das 'Mulheres Montepio', aumentando as suas possibilidades de sucesso;
- Dotar as Mentorandas de competências pessoais e de gestão, facilitadoras do seu crescimento pessoal e profissional no Banco Montepio;
- Apoiar as 'Mulheres Montepio' no percurso de carreira, nomeadamente, no equilíbrio da sua vida profissional e pessoal.

## Lusitania

### Avaliações de Desempenho

Em 2019, 470 colaboradores, do total de 491, foram avaliados segundo o Sistema de Gestão de Desempenho. Este processo promove a contínua interação, acompanhamento e aconselhamento dos colaboradores, fomentando o seu desenvolvimento pessoal e profissional.

### Percentagem de colaboradores sujeitos a avaliação de desempenho e desenvolvimento de carreira



## Futuro

A empresa tem em vigor um **Modelo de Competências** que reflete os comportamentos associados a desempenhos superiores e que identifica as competências *Core*, de Gestão e Funcionais. Este modelo serve de base à avaliação da formação. Existe na empresa, uma política de avaliação do cumprimento de objetivos que integra o *follow-up* de objetivos para os Diretores/ Gestores de Processo. Para além disso, o orçamento aprovado é monitorizado ao longo do ano e os Processos são avaliados pelos respetivos Gestores. No final do ano em reunião de revisão do Sistema Integrado de Gestão (SIG), a qual tem a participação do Administrador Executivo e dos Diretores/ Gestores de Processo é avaliada a eficácia de cada processo e são implementadas ações de melhoria, ficando o resultado desta ação documentado no Relatório de Desempenho do Sistema.

A Futuro está atenta às aspirações dos seus colaboradores, incentivando a progressão na carreira através da atribuição de responsabilidades de nível superior e de formação especializada e adequada a essas responsabilidades. Acresce ainda, que dada a dimensão da empresa e a especificidade da sua atividade, os colaboradores são estimulados a progredir na carreira proporcionando: Bom ambiente de trabalho; Boa infraestrutura e Formação adequada.

## Residências

### Gestão e Avaliação do Desempenho

A empresa monitorizou a aplicação e repercussões da aplicação da nova Política Retributiva, iniciada em janeiro, com o grupo profissional que constitui a vasta maioria da sua força de trabalho intensiva – Ajudantes de Ação Direta. O mesmo decorreu sem sobressaltos, permitindo à organização diferenciar-se no mercado. A área de Gestão de Pessoas apoiou os gestores locais das equipas na gestão dos impactos da aplicação desta política, nomeadamente no que toca à gestão de turnos.

## 4. BENEFÍCIOS

Mais de  
**50**  
benefícios a colaboradores

A Política de Recursos Humanos do Grupo Montepio 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 e *workshops*), oferta de várias modalidades de desporto que promovem a saúde e o bem-estar. Em 2019, 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 do 5.º ao 12.º ano de escolaridade e ensino superior;
- Subsídio à aquisição de manuais para filhos que se encontrem matriculados no 1.º, 2.º e 3.º ciclos de escolaridade (Lusitania e Lusitania Vida);
- 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 a realização de exames de saúde periódicos e ocasionais, bem como avaliações de risco aos locais de trabalho;
- Atribuição de equipamentos para necessidades ergonómicas especiais;
- Cartão de saúde extensível ao agregado familiar;
- Planos de acompanhamento a colaboradores (apoio de ordem psicossocial, violência doméstica, assaltos, reestruturação de dívidas, etc.);
- Vacinação Anti-Gripal;
- Desenvolvimento de iniciativas de recolha de sangue;
- Cartão Menu;
- Posto médico na Sede e no Porto (Lusitania);
- Seguro de Saúde Lusitania (Lusitania);
- Seguro de Saúde (Lusitania Vida);
- Plano Conforto +(Lusitania);
- Oferta de Iniciativas de Estilo de Vida e Alimentação Saudável;
- Protocolos de Apoio em consultas de Psicologia e Massagens Terapêuticas;
- Acesso a ginásio e oferta de várias modalidades desportivas que promovem a saúde e o bem-estar: *Running*, Basquetebol, Krav Maga, Futebol 11, Futsal, Ginástica, Pilates, Yoga, Orientação e Pesca;
- Participação em Conferências de Segurança e Saúde no Trabalho;
- Comparticipação da aquisição de medicamentos;
- Ajuda à aquisição de material ortopédico;
- 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;
- Protocolo com farmácia para descontos na aquisição de produtos/medicamentos.

**Trabalho / Estilo vida**

- Protocolos MEO/CP;
- Outros Protocolos (ex: protocolo INATEL);
- Direitos de Utilização doméstica Microsoft;
- Refeitórios (3) e vários espaços para realização de refeições;
- Programas de transportes;
- Concessão do dia de aniversário (Banco Montepio);
- Dias adicionais de férias por antiguidade e de escusa de prestação de trabalho;
- Compensação de feriados trabalhados a 100% (Residências Montepio);
- Oferta de Espetáculos, Cultura, Festivais e Viagens;
- Renovação e reabilitação dos espaços de utilização pessoal dos colaboradores, nomeadamente, vestiários, quartos de banho e espaços de refeição (Residências Montepio);
- Disponibilização de um conjunto de transportes coletivos na área da Grande Lisboa, para os colaboradores que laboram em locais de trabalho sítos na periferia da cidade (Banco Montepio).

**Comerciais e financeiros**

- Linha de Crédito exclusiva a colaboradores do Banco Montepio;
- 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);
- Subsídio de estudo aos trabalhadores-estudantes (Banco Montepio);
- 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;
- Reconhecimento dos recursos humanos internos em processos de recrutamento (Residências Montepio);
- Desenvolvimento de competência pessoais através da realização de programas de *coaching* para gestores de topo (Residências Montepio);
- Acompanhamento a colaboradores nomeados (em período de estágio para confirmação), admitidos com período experimental e admitidos em regime de contrato a termo certo.

**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);
- Programas sociais, recreativos e culturais extensíveis ao agregado familiar através da Casa de Pessoal (Lusitania);
- Seminário apoio ao/à cuidador/a informal;
- Promoção de programas de exercício físico;
- Programa de férias para os filhos dos colaboradores – Colónias de férias; Acampamento Jovem, Viagens associadas aos mais novos;
- Programa Educacional “Inglês Jovem”;
- Acordos com estabelecimentos da área educativa.

**5. SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO****45**

Acidentes de trabalho com baixa

**0**

Óbitos

O Grupo Montepio adota uma abordagem holística na promoção da saúde e bem-estar dos seus colaboradores, envolvendo as respetivas famílias e a comunidade envolvente. Para levar a cabo esta linha de orientação, existe no Banco Montepio o Núcleo de Segurança, Saúde e Bem-Estar no Trabalho, que tem como missão tornar mais seguros, mais saudáveis e mais produtivos os locais de trabalho, promovendo o bem-estar, a adoção de estilos de vida saudáveis, e desenvolvendo uma cultura de prevenção de riscos.

A monitorização dos acidentes pelos técnicos da área da Saúde do Trabalho resultou no adequado apoio clínico, tendo ocorrido, em 2019, 10 acidentes de trabalho que resultaram em baixa no Banco Montepio, 3 na Lusitania, 1 na Futuro, 1 na Montepio Gestão de Activos e 30 nas Residências Montepio.

**N.º Total de acidentes com baixa**

	Feminino	Masculino	Norte	Centro	Sul	Ilhas	Total
<b>Associação Mutualista Montepio</b>	0	0	0	0	0	0	0
<b>Banco Montepio</b>	5	5	0	1	9	0	10
<b>Lusitania</b>	2	1	0	0	0	0	3
<b>Lusitania Vida</b>	0	0	0	0	0	0	0
<b>Futuro</b>	1	0	0	0	0	0	1
<b>Gestão de Activos</b>	0	1	0	0	0	0	1
<b>Residências Montepio</b>	30	0	0	0	0	0	30
<b>Residências U Live</b>	0	0	0	0	0	0	0

## Banco Montepio

O Banco Montepio pretende tornar os locais de trabalho mais seguros, mais saudáveis e mais produtivos, promovendo o bem-estar, os estilos de vida saudáveis e desenvolvendo uma cultura de prevenção de riscos. Das iniciativas realizadas em 2019, destacam-se as seguintes:

- Acompanhamento personalizado de situações graves de doenças e uma intervenção individualizada de promoção de saúde com resposta a necessidades específicas;
- Acompanhamento de apoio psicossocial, mediante análise casuística e multidisciplinar;
- Avaliação e controlo de riscos profissionais, vigilância da saúde, análises ergonómicas individualizadas a postos de trabalho para mitigação dos riscos detetados, assegurando-se a atribuição de equipamentos ergonómicos a colaboradores com fatores de risco específicos, sempre que necessário;
- Comemoração do Dia Mundial da Segurança e Saúde no Trabalho, este ano sob o tema “Um Futuro do Trabalho Seguro e Saudável”;
- Comemoração do Mês do Coração através do lançamento de um “Mini Manual de Prevenção de Doenças Cardiovasculares”;
- Campanha anual de vacinação gratuita contra a gripe sazonal;
- Ações informativas diversas de Promoção da Saúde;
- Realização da primeira edição da “Semana do Bem-Estar”, uma iniciativa dedicada a estimular uma cultura de saúde e bem-estar, que contou com a participação de mais de 700 colaboradores em 37 atividades diferentes, presentes em 11 cidades do país.

### Conciliação da Vida Profissional com a Pessoal

Acompanhando a evolução desta temática, o Banco Montepio manteve o enfoque na procura de soluções que pretendem incrementar a sua atuação neste âmbito. Destacam-se as iniciativas de apoio à parentalidade, as dispensas e licenças diversas, assim como a flexibilidade de horários, ponderado o enquadramento e a relevância da motivação.

### Representação dos Trabalhadores

O relacionamento institucional com as Estruturas Representativas dos Trabalhadores pautou-se pelo diálogo e procura de plataformas de entendimento, bem como soluções que correspondam aos interesses da instituição e dos seus colaboradores, patente nas revisões do Acordo Coletivo relativas aos anos de 2018 e 2019.

## Lusitania

### Medicina no trabalho e acidentes de trabalho

No ano de reporte, a Lusitania continuou a proporcionar aos seus colaboradores um conjunto de serviços regulares médicos e de enfermagem, no âmbito da medicina curativa. Com efeito, em Lisboa foram realizadas 445 consultas e no Porto 200 consultas.

## COMUNICAÇÃO

### Banco Montepio

A comunicação com colaboradores é um meio essencial para o Grupo Montepio desenvolver a sua estratégia de Recursos Humanos, permitindo um contacto direto e contínuo com cada colaborador. O Grupo tem vindo a investir em novos meios de comunicação, integrando a componente tecnológica para a criação e melhoria das suas plataformas de comunicação com colaboradores.

Desde logo, a redenominação da Direção de Recursos Humanos para Direção de Gestão de Pessoas procurou traduzir uma mudança que trouxe consigo não só a reorganização da sua estrutura, mas também o reposicionamento da sua atuação, no sentido de uma efetiva melhoria dos níveis de resposta do âmbito das suas atribuições e responsabilidades, a par com a procura das soluções organizacionais de que o Banco Montepio necessita para concretizar a sua missão. Acresce que, a área de comunicação interna passou a integrar a Direção de Gestão de Pessoas, numa ótica de reforço do orgulho na cultura do Banco Montepio e do seu *employer branding*, muito em especial, junto do segmento do talento jovem universitário.

No plano da cultura e comunicação interna, foram organizados os “pequenos almoços com o Presidente” para aproximação das gerações mais novas com a gestão de topo da organização, almoços da Administração com a rede comercial, de forma descentralizada por todo o país, conferências mensais designadas por M Talks sobre temas diversos ligados a liderança e inovação, bem como a participação em programas de formação experiencial como o Bright Challenge e o Global Management Challenge.

Foi dada continuidade ao Programa de Mentoria para as Mulheres Montepio para reforço das suas competências de comunicação e liderança e lançado um *kit* bebé para todos os colaboradores que foram pais.

No plano organizativo e de criação de quadros de referência para balizar a atuação da gestão de pessoas em algumas matérias consideradas relevantes para os fins a prosseguir pelo Banco Montepio, foram revistas algumas políticas e regulamentos, assim como elaboradas novas, nomeadamente a política de remunerações de colaboradores e de colaboradores relevantes, o quadro de orientação de atribuição de viaturas, a política de desempenho, a política de mobilidade e a política de apoios sociais, iniciativas que terão continuidade em 2020.



Elegeram-se o equilíbrio entre vida profissional e pessoal como um dos focos de atuação no acompanhamento dos quadros do Banco Montepio, promovendo-se um conjunto de iniciativas agregadas, das quais se destacam a “Semana do Bem-Estar”, que envolveu, entre outras, *workshops* sobre variadas temáticas, desde educação alimentar a hábitos saudáveis, exercício físico, entre outras, os quais tiveram participação alargada e de todos os níveis da organização.

## 6. VOLUNTARIADO CORPORATIVO

# 750

Voluntários colaboradores e reformados

# 9 000

Horas de voluntariado

# 43

Ações de voluntariado\*

\* Inclui 41 Programas de Intervenção Social (PIS), que incorporam várias ações de voluntariado em função do território e 2 ações de voluntariado de competências.

O Programa de Voluntariado Corporativo do Grupo Montepio constitui um dos principais instrumentos de concretização e amplificação de parcerias junto dos principais *stakeholders* e da comunidade em geral, e, no mesmo passo, o maior criador de capital social e de valor humano e solidário para a sociedade.

Ao permitir a concretização de projetos de instituições da Economia Social que nem sempre dispõem dos meios humanos ou financeiros para a sua realização, este programa promove o desenvolvimento de competências pessoais e profissionais dos voluntários, aumenta os níveis motivacionais e reforça a proximidade do Grupo Montepio e das suas equipas às iniciativas sociais desenvolvidas em todo o país.

Em 2019, o Voluntariado Corporativo foi enriquecido com um novo “olhar” quanto à forma de atuar, transformar e assegurar intervenção nas dimensões da gestão e avaliação ativa; alinhamento a políticas públicas; visão *multistakeholder*; alinhamento aos negócios e desenvolvimento local e global. Esta nova conceção de voluntariado corporativo afirmou uma lógica mais alargada e transversal de atuação, garantindo maior abrangência e estrutura de recursos e pessoas, extensiva às principais entidades que constituem o Grupo Montepio, mas também a procura de novos *targets*, que são a base de sustentabilidade do Grupo, neste caso específico as famílias dos Colaboradores e os associados.

Na perspetiva do alcance externo, a nova perspetiva de observação do voluntariado corporativo constituiu alavanca fundamental para a intensificação das relações de proximidade com as comunidades locais, através das organizações sociais implantadas nos vários territórios, materializando-se através de projetos de intervenção/inclusão/ inovação social de voluntariado em nível local.

Neste quadro, o “Dia do Voluntariado do Grupo Montepio” foi transformado em “Mês do Voluntariado do Grupo Montepio”, com a aplicação em pleno das propostas

estratégicas, resultados avaliados, monitorados e crescentes. Com o objetivo de dar seguimento ao voluntariado de continuidade, foram fortalecidas as ferramentas de voluntariado de competências, com especial atenção para a literacia mutualista e financeira.

Territórios e entidades parceiras do Grupo Montepio no âmbito do mês do Voluntariado do Grupo Montepio:

- 39 de norte a sul do país, incluindo os arquipélagos dos Açores e da Madeira;
- Número de entidade parceiras envolvidas nos PIS em 2019: 36;
- Número de entidades beneficiadas, pela primeira vez, pelo Programa de Voluntariado do Grupo Montepio: 20;
- Total de voluntários: 750, dos quais 640 voluntários pertencem aos quadros do Banco Montepio e das suas empresas participadas.

Em termos do voluntariado de competências, destaca-se a participação de voluntários do Grupo Montepio na Junior Achievement Portugal (JA Portugal), a maior e mais antiga organização mundial na área da educação para uma mentalidade e atitude empreendedoras, que conta desde 2006 com o Grupo como associado, dando a possibilidade dos Colaboradores se inscreverem como voluntários para continuar a fazer a diferença.

A missão da JA Portugal é a de inspirar e preparar crianças e jovens para terem sucesso numa economia global através de experiências transformadoras com base em três áreas: Cidadania e Literacia Financeira, Educação para o Empreendedorismo e Competências para a Empregabilidade. O ano de 2019 terminou com a atribuição do Prémio Elza Chambel, promovido pelo Grace - Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial, destinado a distinguir e promover um Projeto de Voluntariado inovador, procurando sensibilizar a sociedade para a importância do voluntariado como forma de cidadania ativa.

# INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE



oferecemos soluções de poupança,  
proteção e saúde

# INVESTIR EM AÇÕES QUE BENEFICIAM A COMUNIDADE

70

Projetos apoiados

1 057

Milhares de euros  
em apoios concedidos

866

Milhares de euros afetos a apoios  
concedidos para projetos próprios

## Desempenho 2019

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI <sup>1</sup>	META	RESULTADO	
<b>AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE</b>					
<b>Garantir a definição de uma política de sustentabilidade em cada entidade do Grupo delineada à luz da presente estratégia</b>	Adoção de uma perspectiva de Grupo em matérias de desenvolvimento sustentável	Publicações do Comité de Sustentabilidade [#]	2	1	•
	Reforço da Associação Montepio como promotora da capacitação da Economia Social e da avaliação de impacto	Projetos de capacitação [#]	5	5	•
Projetos com avaliação de impacto [#]		25	25	•	
Projetos de promoção e avaliação de impacto (#)		25	25	•	
<b>Promover o desenvolvimento da Associação Mutualista Montepio como uma das maiores mutualidades da Europa e como uma das entidades associativa de referência da Economia Social</b>	Aumento do financiamento e investimento a novos projetos inovadores e sustentáveis e <i>startups</i> da Economia Social	Orçamento da Fundação aplicado a projetos inovadores e sustentáveis [%]	30	30	•
		Projetos inovadores e sustentáveis apoiados [#]	15	15	•
	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 [%]	ND	96,8	•
		Confiança na marca	ND	8,01	•
		Participação da comunidade em geral nas iniciativas realizadas/promovidas pela Associação Montepio [%]	500 000	1 017 268	•
	Visualização de páginas com conteúdo centrado na educação financeira [#]	1 000 000	12 140 427	•	
	Iniciativas realizadas com vista à afirmação e posicionamento da marca e identidade da Associação Montepio [#]	120	136	•	
<b>Afirmar o Banco Montepio como estrutura da banca ética</b>	Assunção do papel predominante em matéria de educação financeira para crianças e para adultos	Ações presenciais de Educação Financeira [#]	2	2	•
<b>Consolidar o papel da Fundação como parceira e financiadora social relevante</b>	Assunção das funções de parceiro e investidor social	Valor Total dos apoios e financiamentos concedidos [€]	1 000 000	1 057 027	•
		Valor Médio dos apoios e financiamentos concedidos [€]	14 000	15 000	•
<b>Assegurar a integração da sustentabilidade entre o Grupo Montepio e as suas partes interessadas</b>	Investimento na divulgação e formação das diversas partes interessadas no domínio mutualista e na área da responsabilidade social	Artigos publicados sobre mutualismo e Economia Social (#)	48	50	•
		Artigos publicados sobre responsabilidade social (#)	1	2	•
		Participações sobre mutualismo e Economia Social em conferências	4	6	•
		Participações sobre responsabilidade social em conferências (#)	10	5	•

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI <sup>1</sup>	META	RESULTADO	
<b>FOCALIZAÇÃO NAS PESSOAS</b>					
<b>Manter e reforçar a humanização das relações entre o Grupo Montepio e as suas diversas partes interessadas</b>	Garantir a gestão integrada do capital humano	Curso de <i>e-learning</i> para Voluntariado do Grupo Montepio para novos colaboradores e <i>trainees</i> do Banco e restantes participadas	ND	ND	•
	Implementar uma perspetiva de inclusão interna e externa, respeito pela diversidade e desenho universal	Conteúdos de sustentabilidade no <i>site</i>	Implementar	Realizado	•
		Programa DAR – Desenvolvimento Ativo e Responsável: ações de voluntariado e criação de uma plataforma de entidades parceiras	Implementar	0%	•
<b>COOPERAÇÃO, PARCERIA E CADEIA DE VALOR</b>					
<b>Reforçar as relações e a rentabilização de sinergias dentro do Grupo</b>	Programa de Voluntariado do Grupo	Voluntários (#)	700	722	•
		Programas de Intervenção Social (PIS)	33	36	•
	Iniciativas de responsabilidade social conjuntas com o grupo	Iniciativas e projetos de responsabilidade social com outras empresas do Grupo	6	5	•
<b>Desenvolver uma cartografia da solidariedade</b>	Identificação das boas práticas na economia social	Identificação e acompanhamento das boas práticas na Economia Social	25	19	•
<b>Alargar a capilaridade e focalização da intervenção</b>	Projetos apoiados em parceria com outros investidores sociais	Projetos apoiados em parceria com entidades externas	8	8	•
<b>Fortalecer a rede de parcerias externas e internas e promoção do tecido empresarial e da Economia Social</b>	Alargamento e consolidação das parcerias com entidades congéneres	Parcerias com entidades congéneres e integração do Grupo Montepio em redes congéneres externas	9	9	•

<sup>1</sup> KPI = Key Performance Indicator  
 ND – Não definido

## Principais iniciativas desenvolvidas

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 estratégia (LOE), em torno das quais os projetos e os programas da Fundação se desenvolvem.



**Promover respostas económicas, sociais e ambientais inovadoras e sustentáveis**

**Apoiar a dinamização da cidadania ativa e da inovação social**

**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**

Cidadania; Comunidade; Deficiência; Educação/Formação, Empregabilidade; Envelhecimento; Inclusão Social; Infância e Juventude; Saúde.

**PROJETOS PRÓPRIOS DA FUNDAÇÃO**

- Projeto Frota Solidária;
- Programa FACES;
- Prémio Voluntariado Jovem.

**LINHAS DE ATUAÇÃO ESTRATÉGICA DA FUNDAÇÃO**

**OBJETIVOS GERAIS**

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

**ÁREAS DE INTERVENÇÃO**

Comunidade; Deficiência; Envelhecimento; Educação e Formação, Infância e Juventude; Capacitação.

**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**

- Responsabilidade social e cidadania corporativa;
- Comunidade;
- Voluntariado.

**Consolidar a intervenção em todo o território nacional através da cooperação com parceiros locais**

**Reforçar o papel da Fundação como protagonista da Responsabilidade Social Externa do Grupo Montepio**

## Eficiência e impacto dos programas e dos projetos de responsabilidade social

Em 2019, no contexto normal da sua atividade a Fundação recebeu cerca de 271 pedidos de apoio espontâneos ou de continuidade. Destes, apenas 117 se enquadraram nos objetivos de atuação, tendo merecido análise, deliberação do Conselho de Administração e resposta por parte da Fundação. Concomitantemente aos pedidos espontâneos, a Fundação Montepio recebeu ainda 309 candidaturas no âmbito do projeto Frota Solidária e 104 candidaturas para o programa FACES – Financiamento e Apoio para o Combate à Exclusão Social.

De uma forma mais global, da análise dos pedidos de apoios recebidos, a Fundação aplicou, em 2019, o valor de 1 057 027,49 euros, num total de 70 projetos / instituições, de acordo com o respetivo Plano de Ação definido. Face ao ano de 2018, registou-se uma diminuição do valor total concedido pela Fundação e também do número de projetos apoiados. O valor médio por projeto apoiado registou um ligeiro aumento, para 15 100,39 euros, face ao valor de 13 902,23 euros registado em 2018.

Apesar da atividade da Fundação procurar estender-se a todo o território nacional numa tentativa de combater a interioridade e os desequilíbrios do desenvolvimento, como aliás está traduzido nas suas Linhas de Orientação Estratégica, verifica-se a existência de um menor número de pedidos e de candidaturas provenientes de distritos do interior. Tal facto poderá dever-se ao próprio número de instituições aí localizadas, acrescida de uma menor propensão para efetivar pedidos de apoio por parte dessas instituições. Em 2019, apenas os distritos de Beja e Faro não foram abrangidos com o apoio financeiro da Fundação. Para inverter esta situação a Fundação persiste no apoio a programas de capacitação destas organizações nas áreas de comunicação, gestão, sustentabilidade ou avaliação de impacto.

## Projetos próprios da Fundação

A Fundação Montepio, em 2019, afetou um montante de 865 796 euros a projetos próprios, como é o caso da Frota Solidária, do programa FACES – Financiamento e Apoio à Exclusão Social e do Prémio Voluntariado Jovem. Este valor foi inferior ao afeto a estes projetos em 2018 (900 471 euros) devido ao facto do programa FACES ter financiado um valor total de 301 805 euros em 2019, inferior ao valor global que financiou em 2018, de 343 259 euros. À semelhança de anos anteriores, o projeto Frota Solidária foi o que obteve um valor maior do total dos recursos afetados a projetos próprios e do próprio orçamento da Fundação. O valor aplicado nesta iniciativa representa cerca de 63,9% do total dos projetos próprios da Fundação e cerca de 52,4% do total dos financiamentos concedidos.

## Projeto da Frota Solidária

A Frota Solidária é um dos projetos mais relevantes da Fundação que, através do apoio à mobilidade, contribui para o Objetivo do Desenvolvimento Sustentável (ODS 10) - Redução das desigualdades. Para além da responsabilidade social que está no ADN deste projeto, as viaturas entregues em 2019 efetivaram uma maior preocupação ambiental ao nível do controlo das emissões de CO2 que restringe as mesmas ao limite dos 180g.

Desde 2008, e ao longo de 12 edições, a Fundação já entregou 223 viaturas adaptadas a organizações da economia social com o objetivo de garantir o transporte dos utentes, colmatando, deste modo, uma necessidade imperiosa para as organizações e que não beneficia de linhas de financiamento.

Este projeto é uma cadeia de solidariedade objetiva e transparente que envolve a participação dos contribuintes através da consignação fiscal, da Fundação Montepio enquanto entidade promotora, financiadora e distribuidora das viaturas, da Lusitânia seguradora do Grupo Montepio, que oferece a primeira anuidade do seguro automóvel, das IPSS beneficiadas que atuam junto de públicos mais vulneráveis, e do poder público que valida esta relação, todos em prol da inclusão e da redução das desigualdades. Em 2019, foram selecionadas 20 entidades que espelham diversas áreas de intervenção, diversas subfamílias da economia social e diversos distritos.



Relativamente a este projeto, em 2019, foi também concluído o estudo sobre a avaliação do seu impacto social, efetuado pela empresa 4Change, através da análise das edições anteriores (desde 2008 até 2018), nomeadamente na aplicação de inquéritos, *workshops* com representantes das entidades selecionadas, visitas às instituições e estudos de caso.

Neste estudo conclui-se que o projeto aumenta a eficácia das instituições, possibilitando uma maior qualidade dos serviços e um maior acesso dos utentes a atividades e serviços, permitindo também uma melhoria das respostas sociais das instituições, um aumento da participação dos utentes na comunidade e a redução do seu isolamento.

### **Programa Faces - Financiamento e Apoio para Combate à Exclusão Social**

O programa FACES possui três linhas de financiamento destinadas a apoiar projetos de intervenção social que promovam a empregabilidade das pessoas com deficiência (FACES 1), a autonomização ou regresso à família de crianças e jovens em situações de risco (FACES 2) e respostas inclusivas para famílias vulneráveis e pessoas sem abrigo (FACES 3).

O objetivo comum às três vertentes é a promoção da autonomia dos destinatários finais, de modo a contribuir para uma efetiva independência ou redução da ligação às entidades promotoras e para a inclusão plena na vida ativa e no mercado de trabalho.

Na terceira edição do programa FACES, foram recebidas 104 candidaturas, tendo sido selecionados 15 projetos que, à semelhança do que se verificou nas anteriores edições, apresentavam metodologias inovadoras, assentes em parcerias e com sustentabilidade a longo prazo.

A Fundação afetou um total de 301 805 euros aos 15 projetos selecionados, o que resultou num valor médio de 20 120 euros por projeto apoiado.

**Distribuição das candidaturas finalistas por área geográfica**



## Instituições e projetos apoiados no âmbito do programa faces (3.ª edição)

Entidade	Distrito	Área	Projeto	Valor (em euros)
<b>CAID - Cooperativa de Apoio à Integração do Deficiente</b>	<b>Porto</b>	Deficiência	JARDIN'ART- Da horta à mesa (FACES 1)	25 000
<b>APAC Portugal - Associação de Proteção e Apoio ao Condenado</b>	<b>Lisboa</b>	Comunidade	SOLO Ceramic (FACES 3)	20 000
<b>KAIRÓS - Cooperativa de Incubação de Iniciativas de Economia Solidária</b>	<b>Açores</b>	Infância e Juventude	ProVOCA: Promover Vocações e Inclusão pela Cultura (FACES 2)	25 000
<b>Associação para a Educação de Crianças Inadaptadas</b>	<b>Lisboa</b>	Deficiência	Agricultura biológica com todos e para todos (FACES 1)	25 000
<b>Obra de Assistência Social da Freguesia de Sobrosa</b>	<b>Porto</b>	Deficiência	Mercado Inclusivo (FACES 1)	7 650
<b>Centro Social Cultural e Recreativo do Lamegal</b>	<b>Guarda</b>	Deficiência	Receitas e Doces das Avós (FACES 1)	25 000
<b>APCL - Associação de Paralisia Cerebral de Lisboa</b>	<b>Lisboa</b>	Deficiência	Desafia-te! (FACES 1)	25 000
<b>APPACDM de Coimbra</b>	<b>Coimbra</b>	Deficiência	Argusrecycling (FACES 1)	25 000
<b>Cercisiago - Cooperativa de Educação e Reabilitação de Crianças Inadaptadas de Sines e Santiago do Cacém</b>	<b>Setúbal</b>	Deficiência	Aumentar a empregabilidade de pessoas com deficiência ou incapacidade através da criação de serviços ligados à jardinagem e manutenção de espaços verdes (FACES 1)	25 000
<b>Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão com Deficiência Mental de Santarém</b>	<b>Santarém</b>	Deficiência	Temos... a tua oportunidade de trabalho! (FACES 1)	25 000
<b>CRESCER na Maior - Associação de Intervenção Comunitária</b>	<b>Lisboa</b>	Comunidade	É um restaurante! (FACES 3)	25 000
<b>MetAlentejo - Associação para o Bem-Estar Psicossocial na Comunidade</b>	<b>Évora</b>	Comunidade	Loja Social e <i>Atelier</i> de Costura da MetAlentejo (FACES 3)	12 888
<b>Cultiv - Associação de Ideias para a Cultura e Cidadania</b>	<b>Leiria</b>	Comunidade	As Histórias não têm grades (FACES 3)	25 000
<b>Polisercoop- Cooperativa de Solidariedade Social, CRL</b>	<b>Lisboa</b>	Deficiência	Incluir + (FACES 1)	9 267
<b>Cruz Vermelha Portuguesa - Delegação de Vale de Cambra</b>	<b>Aveiro</b>	Infância e Juventude	Dar asas e ensinar a voar... (FACES 2)	2 000

## Prémio Voluntariado Jovem

O Prémio Voluntariado Jovem pretende potenciar o trabalho entre jovens e entidades de cariz público, privado e da sociedade civil, incentivando o encontro, a participação e a partilha de boas práticas, a troca de olhares e saberes de vários pontos do país. Em novembro de 2019 decorreu a 9.ª Edição do Prémio Voluntariado Montepio, na Póvoa de Varzim, com o apoio da entidade vencedora em 2018, o Instituto Madre Matilde.

Esta edição contou com a presença das seguintes entidades convidadas: Casa de Acolhimento de Jovens de Castelo Branco, valência da ADM Estrela (Guarda); ACAPO - Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal; Associação Chão dos Meninos (Évora); Lar Mãe de Deus (S. Miguel, Açores).

A ACAPO foi a grande vencedora da 9.ª edição do Prémio Voluntariado Jovem Montepio de 2019 com o projeto “Lapa na Rede”, que é um canal Youtube que reúne utentes do Centro Ocupacional da Lapa, aproximando-os das gerações mais novas.



## PROJETOS DESENVOLVIDOS EM PARCERIA

### **Área de intervenção: Comunidade**

A Fundação apoiou financeiramente o **Centro da Sagrada Família** no lançamento do seu projeto “Sala aberta”, cujo objetivo é proporcionar um espaço lúdico para apoiar as famílias desfavorecidas com as suas crianças.

Ainda no apoio à comunidade, e no âmbito do Cartão + Vida, contribuiu financeiramente, para projetos de entidades como a **Associação Terra dos Sonhos**, a **Oikos – Cooperação e Desenvolvimento** e a **Santa Casa da Misericórdia do Divino Espírito Santo da Maia (nos Açores)**.

### Projeto Cuidar Melhor

O projeto Cuidar Melhor, que engloba a dimensão Café Memória, continuou a merecer apoio da Fundação Montepio. Este projeto resulta de uma 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 Lusitânia Seguros e os municípios de Cascais, Oeiras e Sintra.

Um dos objetivos do projeto consiste na criação de gabinetes técnicos pluridisciplinares. Atualmente, continuam a funcionar três gabinetes nos concelhos acima referidos que prestam serviços de informação, encaminhamento, apoio jurídico, formação e serviços clínicos. Ao longo de 2019, os três gabinetes realizaram 554 atendimentos a cuidadores familiares e efetuaram 536 serviços clínicos. Neste ano apostou-se ainda no reforço dos acompanhamentos de caso, tendo sido realizados 165 telefonemas a cuidadores no sentido de proporcionar um serviço personalizado proativo e de proximidade aos beneficiários dos Gabinetes.

Relativamente à sensibilização da comunidade para o tema das Demências, a equipa do projeto Cuidar Melhor realizou, em 2019, 29 ações de sensibilização, com 739 participantes. De igual forma, foram realizadas 7 ações de formação, 6 das quais dirigidas a profissionais e dirigida a familiares. Estas ações formativas reuniram, no total, 106 participantes. Durante este ano, para além da oferta formativa, realizaram-se 18 reuniões para discussão de casos práticos com profissionais dos equipamentos sociais nos três concelhos, que contaram com 113 participações. Foi, ainda, realizado o 5.º Encontro de Profissionais Cuidar Melhor, no auditório Ruy de Carvalho em Carnaxide, que contou com a participação de 166 profissionais.

O projeto visa, também, desenvolver o conceito “Memory Café”, que consiste num local de encontro para pessoas



com problemas de memória ou demência e seus familiares, para partilha de experiências e suporte mútuo. No final de 2019, estavam a funcionar 20 Cafés Memória em Portugal, que reuniram 808 participantes e 4 145 participações, maioritariamente de cuidadores de pessoas com demência, assim como 311 convidados, tendo colaborado um número alargado de voluntários que prestaram 6 428 horas de voluntariado no âmbito desta rede de apoio.

Em 2018, com o objetivo de tentar chegar às populações que vivem fora dos grandes centros urbanos, foi, ainda, criado o “Café Memória Faz-se à Estrada”. Esta iniciativa consiste na aplicação inovadora de um modelo assente na itinerância, para ir ao encontro de comunidades mais desfavorecidas do ponto de vista social e geográfico, perspetivando informar e sensibilizar estas comunidades para a problemática das demências, de forma descontraída e informal. Em 2019, realizaram-se 37 sessões, com cerca de 1 200 participantes.



### Área de intervenção: Deficiência

A Fundação manteve o apoio ao projeto Mobilidade Positiva. Este, nasceu de um protocolo entre a Fundação Manuel António da Mota, a empresa Mobilidade Positiva e a Fundação Montepio, e tem como objetivo proporcionar a pessoas individuais com necessidades específicas um conjunto de serviços únicos e inovadores na área da mobilidade e da acessibilidade, denominados “Solução Mobilidade Positiva”.

A Solução Mobilidade Positiva constitui uma resposta integrada que identifica, projeta, implementa, executa e gere soluções no âmbito dos produtos de apoio/ajudas técnicas e de mobilidade e acessibilidade na esfera habitacional. Em 2019, foram apoiados 8 pedidos de beneficiários com uma situação clínica grave que, através deste projeto, melhoraram as suas condições de vida.

A Fundação contribuiu ainda, financeiramente, no âmbito do Cartão +Vida, para a Fundação AFID Diferença, parceira em diversas iniciativas levadas a cabo não só pela Fundação como por outras organizações do Grupo Montepio.

Ainda no âmbito da “Deficiência”, e embora a Fundação Montepio não tenha registado qualquer contributo financeiro para este projeto, em 2019, continuou a ser parceira no projeto CRIDEM, através do apoio dado em

2018, dado o facto de ser um projeto ser bienal. O CRIDEM é um Concurso Nacional de Obras de Expressão Plástica de Pessoas com Deficiência Intelectual, um evento promovido pela APPACDM Porto e que conta com a parceria da Fundação Manuel António da Mota e da Fundação Montepio.

Em 2018, concorreram 68 instituições de todo o país, apresentando 201 obras de arte criativas nas cinco categorias do concurso: Pintura, Desenho, Escultura, Têxteis e Tapeçaria e outras expressões plásticas. A edição contou com o Alto Patrocínio da Presidência da República.

Em 2019, a exposição do concurso de 2018, esteve no Espaço Atmosfera *m* Lisboa de 15 de fevereiro a 15 de março, e em Condeixa-a-Nova de 18 de outubro a dezembro. 2019 foi, também, o ano de preparação para o lançamento da Edição de 2020, que pretende obter um reforço da comunicação, já que é essencial para uma maior visibilidade deste evento à escala nacional.

### Área de intervenção: Envelhecimento

Na área do “Envelhecimento” destaca-se o apoio dado à Associação Portuguesa de Psicogerontologia, permitindo a continuidade do Prémio Envelhecimento Ativo, Dr.<sup>a</sup> Maria Raquel Ribeiro, uma iniciativa desenvolvida em parceria com a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa e que pretende distinguir pessoas idosas com mais de 80 anos que se mantêm ativas e influentes nas suas áreas de intervenção. Em 2019 realizou-se a 8.<sup>a</sup> edição, cuja cerimónia ocorreu em outubro, em Lisboa, na sala de Extração da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, e homenageou 8 ilustres personalidades da sociedade portuguesa – Helena Aires Trindade de Sacadura Cabral (Intervenção Social), Maria Paula Figueiroa Rego e Manuel Alves Cargaleiro (Arte e Espetáculo), Manuel Sérgio Vieira e Cunha (Ciência e Investigação), Elísio Alexandre Soares dos Santo e Emílio Rui da Veiga Peixoto Vilar (Política e Cidadania), José António Rebocho Esperança Pina (Ética e Saúde) e José António Salgueiro (Família e Comunidade).

### Área de intervenção: Infância e Juventude

Na área da “Infância e Juventude” destaca-se o apoio concedido ao Serviço de Ação Social da Universidade de Évora e que se destina a contribuir para as Bolsas que permitem ajudar alunos carenciados.

Com o mesmo cariz pode-se destacar também o apoio concedido ao Instituto Politécnico do Porto, para ajudar estudantes carenciados, com situação devidamente comprovada, no pagamento das propinas.

## Área de intervenção: Educação e formação

### Academia Ubuntu

No domínio da “educação e formação” foi concedido um apoio para 6.ª edição da Academia de Líderes Ubuntu promovida pelo IPAV – Instituto Padre António Vieira. Trata-se de um programa de educação não formal que utiliza uma metodologia original de capacitação de jovens, provenientes de contextos multidesafiados, para uma liderança servidora, baseada em modelos de referência mundiais (Nelson Mandela ou Luther King). Em 2019 a Academia de Líderes Ubuntu- Nacional, registou 75 participantes, que contaram com o apoio de 83 formadores e com 10 parceiros nacionais.



## Área de intervenção: Infância e Juventude

### Associação Mutualista Montepio

Para além dos projetos acima referidos, merecem ainda referência, no domínio da “capacitação”, outros projetos que emergiram da ação da Fundação Montepio nesta área da atuação e que, embora financiados pela Associação Mutualista Montepio, através do Gabinete de Responsabilidade Social, se justifica referenciá-las no presente relatório.

### GEOfundos

A GEOfundos é uma plataforma *online* única e inovadora que permite um acesso simples, rápido e customizado a oportunidades de financiamento e ferramentas de capacitação à Economia Social. Lançada em maio de 2016, a GEOfundos surge de uma iniciativa conjunta da Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação EDP, Associação Mutualista Montepio, Fundação PT e CASES, às quais se associa o consórcio operacional constituído pelo IES-SBS, TESE, Stone Soup Consulting e Call to Action.

**GEOfundos**  
fundo certo com sucesso

No primeiro trimestre de 2019 os financiadores iniciais do projeto, por continuarem a considerar o projeto válido e necessário para a Economia Social, decidiram manter o seu apoio institucional, mas não financeiro ao projeto, sugerindo um ajustamento dos serviços da Plataforma à sua capacidade financeira.

Em linha com o apoio à GEOfundos, realizou-se, em março de 2019, uma reunião com a direção do Instituto da Segurança Social, que na 1.ª fase fez parte do grupo de financiadores, e os representantes das Fundações e da equipa da GEOfundos para dar a conhecer os atuais números do projeto e, também, para informar que os financiadores consideravam que o seu papel estava cumprido no sentido em que já estava desenvolvida a plataforma que permitia a diversificação das fontes de financiamento da economia social.

O Consórcio e este Instituto estão a desenvolver contactos com o objetivo de estabelecer uma parceria que permita manter a oferta de capacitação da economia social em paralelo à disponibilização da informação sobre as oportunidades de financiamento.

### Projeto Comunicatorium

A Associação Mutualista Montepio apoia, desde 2016, o Programa Comunicatorium, no âmbito da capacitação das organizações da economia social, que visa o desenvolvimento de um processo de formação específica no domínio da comunicação através do acesso à plataforma Comunicatorium. Esta Plataforma tecnológica vem dar uma resposta inovadora às necessidades das organizações, ajudando-as na construção de uma estratégia de comunicação e no tratamento da informação de uma forma estruturada e sistemática que apoia a divulgação e comunicação das instituições, permitindo angariar mais associados, investidores e clientes.

A Associação CAIS, o CEIFAC - Centro Integrado de Apoio Familiar de Coimbra, a Fundação Ross McDonald e o NECI - Núcleo Especializado para o Cidadão Incluído (Lagos) foram as quatro instituições que, em 2018, beneficiaram deste programa de capacitação.



### **TURNAROUND Social - Programa Criar Valor(ES)**

Na área da capacitação e em parceria com a TURNAROUND Social, está a decorrer a 3.ª edição do Programa Criar Valor-ES, iniciada em 23 de maio de 2019, em que foram abrangidas oito IPSS, validadas pelas UDIPSS de Vila Real e de Bragança.

O objetivo do Programa visa a adequação de competências de liderança, comunicação, inovação e marketing, a partir de uma abordagem integral da organização, na análise de contexto interno e externo, que identifique linhas de desenvolvimento e indicadores que dinamizem e balizem o processo de sustentabilidade e criação de valor partilhado nas organizações da economia social.

O ciclo de capacitação decorre num período de 9 meses, com uma fase inicial de 3/4 meses para definição de plano de melhoria, uma fase intermédia de cerca de 6 meses para implementação e um momento final de avaliação de resultados.

Foram as seguintes, as Instituições capacitadas em 2019: Centro Social Nossa Senhora do Extremo (Vila Pouca de Aguiar), Centro Social e Paroquial da Campeã (Vila Real), Centro Social e Paroquial de S. Miguel do Lobrigos (Santa Marta de Penaguião), Fundação Asilo Luís Vicente (Santa Marta de Penaguião), Associação 2000 de Apoio ao desenvolvimento - A2000 (Santa Marta de Penaguião), Associação de S. Tiago de Vila Chã (Alijó), Casa do Povo de Vilarandelo (Valpaços), Centro Social e Paroquial de S. Tomé do Castelo (Vila Real).

### **APQ - Associação Portuguesa de Qualidade (APQ)**

Ainda no âmbito do protocolo celebrado, em 2015, com a Associação Portuguesa para a Qualidade (APQ), que objetiva o financiamento de um Programa de Certificação da Qualidade - Sistema de Gestão da Qualidade, baseado no Modelo de Certificação EQUASS Assurance, cuja formação,

diagnóstico, consultoria e certificação decorre durante um período de 18 meses.

Em 2019, a Fundação Montepio promoveu uma renovação da certificação deste modelo a uma IPSS (até ao final de 2017, esta renovação era trienal. A partir de 2018, passou a ser bienal).

A certificação da qualidade Equass Assurance, corresponde a um sistema que garante o controlo da qualidade com base na conformidade e desempenho da Instituição de acordo com os requisitos fundamentais, de acordo com 50 critérios, baseados em 10 Princípios da Qualidade Equass Assurance: 1 - Liderança; 2 - Recursos Humanos; 3 - Direitos; 4 - Ética; 5 - Parcerias; 6 - Participação; 7 - Orientação para o cliente; 8 - Abrangência; 9 - Orientação para os resultados; 10 - Melhoria contínua.

Assegurar o cumprimento destes requisitos e garantir a operacionalização do sistema de qualidade é o objetivo da certificação EQUASS Assurance, substantivado na consulta e definição de princípios das partes interessadas no setor social e com base no Quadro Europeu da Qualidade para os Serviços Sociais (Comité de Proteção Social, 2010).

A Associação Vale de Acór, entidade selecionada para a 3.ª edição deste Programa, concluiu, com sucesso, este esquema europeu de certificação, em dezembro de 2019.

A ACAPO, entidade selecionada para a 4.ª edição deste Programa iniciado em dezembro de 2019, encontra-se atualmente em fase de consultoria, estando previsto o processo de conclusão da certificação - Auditoria de Certificação, para julho de 2021.

A Associação de Paralisia Cerebral de Lisboa (APCL), cuja certificação tinha caducado em 2016, foi a entidade selecionada para um programa de renovação desta certificação, iniciado em dezembro de 2019, estando prevista a Auditoria de Certificação, para dezembro de 2020.



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE

### **Programa de Impacto Social**

A Associação Mutualista Montepio tem vindo a apoiar o Programa Impacto Social com o objetivo de capacitar as organizações da economia social para a medição e demonstração do impacto social das suas intervenções, com o recurso à metodologia SROI (Social Return on Investment). Este programa é desenvolvido em parceria com a Fundação Montepio, a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, a CASES -

Cooperativa António Sérgio para a Economia Social e a 4Change.

A atividade principal deste programa é a Prototipagem em Avaliação de Impacto, que se inicia com um ciclo de *Webinars*, aberto a qualquer entidade da economia social e dedicados ao tema avaliação de impacto. Cada *Webinar* finaliza com uma série de desafios, cujas respostas são pontuadas. As entidades com melhor pontuação transitam para uma fase de capacitação intensiva durante três meses, com o objetivo da prototipagem da análise de impacto dos seus projetos, sempre com o acompanhamento de mentores e suportado por manuais, vídeos e *workshops*. Em 2019, foram beneficiadas com uma capacitação intensiva as seguintes organizações: IDIS – Instituto para o desenvolvimento e Inclusão Social, Santa Casa da Misericórdia de Coimbra, Fundação Ronald MacDonald, Fundação AMI, ARIA – Associação de Reabilitação e Integração Ajuda, Centro Social de Paramos, Grupo de Ação Social do Porto – GAS Porto, Centro Social Paroquial de Ribeirão, Câmara Municipal de Torres Vedras, e Associação R.C. e Social de Silveirinhos.



## APEE – Reconhecimento de Práticas de Responsabilidade Social

Em 2019 foi dada continuidade ao financiamento do Prémio de Reconhecimento de Práticas de Responsabilidade Social, promovido pela APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial, na realização da sua 5ª edição.

A Associação Mutualista Montepio apoiou a participação de três organizações da Economia Social: Associação ACEESA, Biovilla e Ordem dos Cidadãos.



## Protocolos existentes com universidades

A Associação Mutualista Montepio apresenta os seguintes protocolos com universidades:

Instituição	Cursos	Alunos 2017/2018	Alunos 2018/2019
Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra	Pós-Graduação em Economia Social - Cooperativismo, Mutualismo e Solidariedade	4	4
Instituto Politécnico de Santarém	Mestrado em Gestão de Organizações de Economia Social	6*	3*
ISCTE - IULisboa	Mestrado em Economia Social e Solidária	5*	3*
Universidade Católica Porto	Pós-Graduação em Gestão de Organizações da Economia Social	3	6
ISCAP - IPPorto	Mestrado em Gestão e Regime Jurídico-empresarial da Economia Social	0	4
ISCSP - ULisboa	Pós-Graduação em Economia Social	0	7

\*Inclui os alunos no segundo ano do mestrado

## Banco Montepio

### Cartão +Vida

Este cartão permite o envolvimento dos clientes do Banco Montepio no apoio dado a entidades da economia social de âmbito nacional que atuam na área social ou da saúde. O valor atribuído às instituições beneficiárias do Cartão +Vida resulta de uma dotação orçamental do Banco Montepio, por via do valor apurado dos pontos *batch* do Cartão +Vida.

A efetivação do valor atribuído às instituições conta com o envolvimento da Fundação na gestão das verbas a atribuir semestralmente e na seleção das organizações beneficiárias. Em 2019, as entidades beneficiárias foram a Associação Terra dos Sonhos, a Oikos – Cooperação e Desenvolvimento, a Santa Casa da Misericórdia do Divino Espírito Santo da Maia, nos Açores, e a Fundação AFID Diferença.

### Entrega de *kits* de Natal a crianças institucionalizadas

O Banco Montepio entregou *kits* de Natal a crianças e adolescentes institucionalizados. Os *kits*, que foram elaborados com diversos materiais (tais como livros, CDs, capas para CDs, *t-shirts*, bate palmas, mealheiros de lata e *light sticks*), foram entregues pelos departamentos Norte, Porto, Centro Norte, Centro Sul e Sul da DCESSP no mês de dezembro.

Com esta iniciativa, os *kits* de Natal do Banco Montepio fizeram parte do clássico dos presentes debaixo da árvore de Natal de 6 instituições da Economia Social de Norte a Sul do país.

Porque o Banco Montepio tem, na sua génese, os valores da Economia Social e a missão de fazer a diferença na vida das pessoas e das instituições.

Departamento	Instituição
Norte	Centro Social Padre David Oliveira Martins
Porto	Centro Juvenil de Campanhã
Centro Norte	Casa da Infância Doutor Elycio de Moura Centro Social Paroquial da Freguesia de Recardães
Centro Sul	Santa Casa da Misericórdia de Santarém
Sul	APPDA-Setúbal, Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo

### Lusitania

Assumindo um papel de Responsabilidade Social, com apoio nas mais diversas áreas, a Lusitania tem-se associado a várias instituições, nas áreas de apoio à Comunidade, Desporto, Cultura e Ambiente.

Como Mecenaz da Cultura manteve também ao longo de 2019, o apoio aos principais museus do País.

Em alguns casos, a Lusitania apoia as instituições através de ofertas de seguros, ou pela oferta de materiais necessários em espécie.



Instituições Beneficiadas	Comunidade	Desporto	Cultura	Ambiente
Alzheimer Portugal	•			
Acreditar	•			•
AFID	•			
Cuidar Melhor	•			•
Associação Mais Proximidade Melhor Vida	•			
Nuvem Vitória	•			
Apoio à Vida	•			
Fundação Montepio	•			
Fundação do Gil	•			
Fundação de Jesus	•			
Grace	•			
Voluntários da Leitura	•			
IPDJ	•			
Clube Naval de Cascais		•		
Clube Oriental de Pechão		•		
Clube Naval do Funchal		•		
Let's GO Run		•		
Corrida do Pelicas		•		
Corrida Montepio		•		
APORVELA		•		
Super Açor		•		
Clube Ténis Montemor-o-Novo		•		
Direção Geral do Património Cultural - DGPC			•	
Associação Maia Santarém			•	
Direção Regional de Cultura do Norte - DRCN			•	
Fundação Côa Parque			•	
CESPU			•	
CCB			•	
Museu da Presidência			•	

Em 2019 o grande patrocínio, apoiado pela Lusitania, foi a 2.ª Regata de Portugal, um evento que teve como objetivo criar uma maior proximidade, junto dos atuais e potenciais clientes, sob o lema “Os oceanos inspiram-nos a ir mais longe”.

### **Lusitania Vida**

Em 2019, a Lusitania Vida apoiou as três entidades que se identificam, com o valor global de €4 075: a Liga Nacional contra a Fome, a Universidade de Coimbra e a Residência de Velinhos Irmãzinhas dos Pobres.

### **Futuro**

No âmbito da sua política de responsabilidade social, a Futuro distribuiu em 2019 donativos a instituições que atuam na esfera social e educativa, num total de € 20 563,85.

Foram contempladas as seguintes instituições: Apoio à Vida, Aprender em Parceria A PAR, AADD - Associação de Atletas de Dança Desportiva, Associação Hípica Terapêutica de Cascais, Chapitô, Clube de *Badminton* de Tires, Equipa de Futsal da Associação Portuguesa de Surdos e Cruz Vermelha - apoio a Moçambique na sequência do ciclone IDAI.

Embora não sob a forma de donativo, a Futuro apoiou ainda a realização da 7.ª Corrida Montepio (Rossio-Belém) e da Corrida Sempre Mulher no Parque das Nações, ambas realizadas com fins solidários: a verba angariada na Corrida Montepio reverteu para a Comunidade Vida e Paz e a da Corrida Sempre Mulher destinou-se à Associação Portuguesa de Apoio à Mulher com Cancro da Mama.

A Futuro decidiu patrocinar, durante o ano de 2019, a Banda The Black Mamba, dando assim o seu contributo numa área cultural, auxiliando ao desenvolvimento de jovens talentos. Esta Banda publicou o seu primeiro single em 2012, que foi muito aclamado pelo público. Decorreu entre novembro/2019 e fevereiro/2020 a digressão Good Times Tour, que percorreu o país, incluindo espaços de grande projeção, como é o caso do Casino Estoril. Embora não incluídos nesta digressão especialmente concebida com o patrocínio da Futuro, a Banda atuou ainda nos Coliseus de Lisboa e Porto.

# PROMOVER O AMBIENTE



promovemos boas práticas  
ambientais para preservar o planeta

# PROMOVER O AMBIENTE

**72 896GJ**

Consumo de eletricidade

**8 441tCO<sub>2</sub>**

Emissões de Âmbito 1 e 2

**327t**

Consumo de papel

## Desempenho 2019

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI <sup>1</sup>	META	RESULTADO	
Reduzir a pegada ecológica	Desmaterialização de comunicação	Iniciativas de transformação digital: redução na impressão de folhetos físicos (substituição por monofolhas digitais/ <i>emailings</i> ) Modo de medição: orçamento gasto em folhetos físicos 2019 vs. 2018	Redução de 30%	Redução de 65%	●
		Clientes com documentação digital (#)	720 000	583 030	●
		Produtos indutores da adesão ao serviço de documentação digital (#)	3	3	●
		Digitalização e atualização dos produtos (%)	100%	100%	●
		Iniciativas de transformação digital (#)	2	2	●
		Transformação do suporte de folhetos para suportes digitais (#)	9	9	●
		Publicação do Preçário em suportes digitais (#)	9	9	●
		Continuação da desmaterialização de processos: Subscrição de Produtos	100%	100%	●
		Continuação da desmaterialização de processos: Depósitos a Prazo	100%	100%	●
		Continuação da desmaterialização de processos: Operações de Caixa	100%	100%	●
		Continuação da desmaterialização de processos: Abertura de conta DO Empresas <i>online</i>	100%	100%	●
		Continuação da desmaterialização de processos: Crédito Pessoal desmaterializado <i>online</i>	100%	100%	●
		Continuação da desmaterialização de processos: Abertura de conta DO Particulares <i>online</i> (Conta ON)	100%	100%	●
	Medição da pegada de carbono	Redução do consumo de eletricidade (%)	-5%	-7%	●
		Redução do consumo de combustíveis (%)	-2%	-4%	●
		Redução do consumo de papel (%)	-4%	6%	●
		Redução das emissões de CO2 diretas (ton) - combustíveis	-2%	-4%	●
		Redução das emissões de CO2 indiretas (ton) - eletricidade	-5%	-7%	●
	Medição da pegada carbónica da Associação Montepio e do Banco	Implementação da medição da pegada de carbono	Implementar	0%	●



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI¹	META	RESULTADO		
<b>Reduzir a pegada ecológica</b>	Prática generalizada do processo de reciclagem de plástico e papel	Aumento do plástico recolhido para reciclagem (%)	Conclusão do plano de recolha seletiva de resíduos	Diagnóstico efetuado. Abordagem e planeamento em curso	•	
		Percentagem do papel recolhido para reciclagem face ao papel adquirido (%)			Tonners recolhidos para reciclagem (Kg)	•
						•
	Locais de trabalho com recolha seletiva de resíduos	Locais de trabalho com recolha seletiva de resíduos (%)	Conclusão do plano de recolha seletiva de resíduos	Diagnóstico efetuado. Abordagem e planeamento em curso	•	
	Iniciativas orientadas à compensação da pegada ecológica	Ações para compensação da pegada ecológica (#)	2	2	•	
		Substituição da manga plástica das publicações associativas por matéria sustentável	A definir	Realizado	•	
Implementação da correspondência digital dirigida aos associados		25%	Não realizado em 2019	•		
Implementação de medidas de redução de consumo de combustíveis	Continuação da substituição de equipamentos AVAC nos balcões	100%	40-80%	•		
	Substituição de 1 equipamentos de storage	100%	0%	•		
<b>Criar produtos amigos do ambiente</b>	Oferta de produtos indutores de boas práticas ambientais	Produtos existentes (#)	2	2	•	
<b>Sensibilizar todos os stakeholders para o cumprimento das medidas de proteção ambiental definidas</b>	Promover a comunicação de produtos/ serviços/ iniciativas orientadas para a sustentabilidade ambiental	Promover iniciativas de comunicação interna/ externa dos produtos/ serviços orientados para a sustentabilidade ambiental, com vista a fomentar a sua adesão	4	4	•	
		Criação de conteúdos em suporte digital	1	41	•	
	Criação de conteúdos orientados à sensibilização ao tema da sustentabilidade ambiental	Criação de conteúdos em suporte impresso	A definir	5	•	
<b>Envolver os colaboradores na implementação de Boas práticas</b>	Formação sobre desenvolvimento sustentável	Ações de formação (#)	1	0	•	
	Comunicação interna da política de sustentabilidade	Criação de conteúdos orientados ao público interno com o objetivo da comunicação da política de sustentabilidade (#)	A definir	42	•	
	Desenvolvimento de projeto de redução de consumos de material plástico de utilização única, mediante substituição por soluções sustentáveis	Eliminação dos copos de plástico para beber água e distribuição de garrafas e copos de vidro para as salas de reuniões	100%	100%	•	
		Substituição dos copos e palhetas e plástico por copos de papel e paletinas de madeira para consumo de café	100%	100%	•	

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	AÇÕES CONCRETAS	KPI <sup>1</sup>	META	RESULTADO	
<b>Valorizar, explicitamente, a dimensão ambiental na apreciação das operações de negócio</b>	Priorização de projetos validados ambientalmente em detrimento de projetos tóxicos	Introdução de critério de risco ambiental na avaliação de projetos (-)	ND	ND	•
		Projetos com avaliação de risco ambiental na avaliação de projetos (%)	ND	ND	•
		Inclusão do risco reputacional no <i>Risk Appetite Statement</i> (RAS)	100%	100%	•
		Realização de ações de formação e <i>workshops</i> e promoção da cultura de risco operacional	Realização de <i>workshops</i> a áreas que tenham surgido de modo a identificar e avaliar os riscos inerentes à sua atividade	1 <i>workshop</i> com o GAC	•
		Beneficiação de operações de clientes com práticas reconhecidamente sustentáveis	Montante financiado(#)	ND	ND

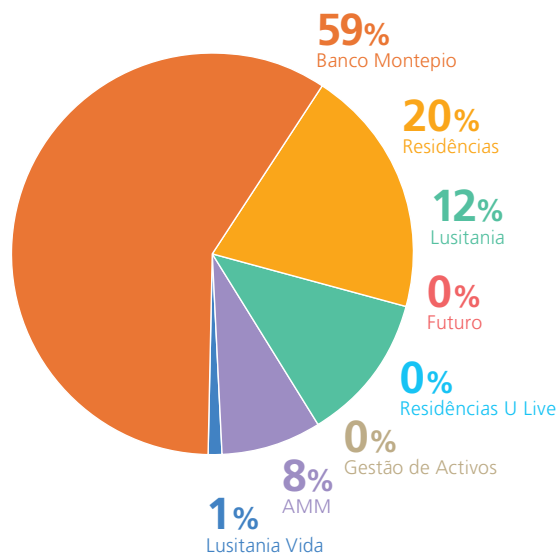
<sup>1</sup> KPI = Key Performance Indicator  
ND – Não definido

Durante o ano de 2019 o Banco Montepio, a AMM (inclui a Fundação), a Lusitania, a Lusitania Vida, a Futuro, a Gestão de Activos e a Residências Montepio a Montepio Residências U Live prosseguiram a sua atuação no sentido de mitigar alterações climáticas, promovendo ganhos de eficiência energética, apostando na minimização das emissões de CO<sub>2</sub>, gerindo o consumo de papel e reduzindo de forma eficiente os resíduos.

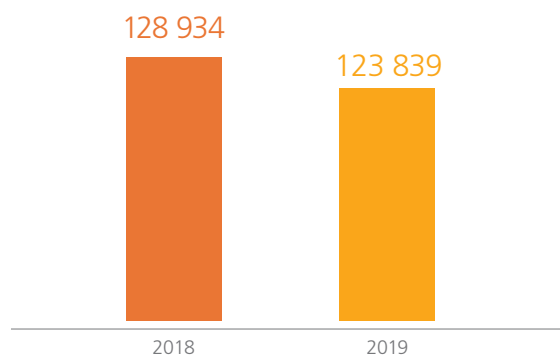
## Consumo de energia por empresa

	AMM	Banco Montepio	Lusitania	Lusitania Vida	Futuro	Gestão de Activos	Residências Montepio	Residências U Live	Total
<b>Eletricidade (GJ)</b>	7 787	48 354	6 475	216	-	-	9 840	224	<b>72 896</b>
<b>Gasolina Frota (GJ)</b>	22	285	-	47	-	-	-	-	<b>354</b>
<b>Gasóleo Frota (GJ)</b>	1 768	24 417	8 374	659	196	162	514	5	<b>36 095</b>
<b>Gasóleo equipamentos (GJ)</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	<b>0</b>
<b>Gás natural (GJ)</b>	-	-	-	-	-	-	14 294	200	<b>14 494</b>
<b>Total consumo Energia (GJ)</b>	<b>9 577</b>	<b>73 055</b>	<b>14 849</b>	<b>922</b>	<b>196</b>	<b>162</b>	<b>24 648</b>	<b>430</b>	<b>123 839</b>

## Consumo total de energia por participada



## Consumo total de energia (GJ)



**Nota:** O âmbito da emissão deste ano foi ajustado, para permitir comparabilidade com o reportado em 2018 (sem Montepio U Live).

Em 2019, o consumo de eletricidade, registou uma diminuição de cerca de 6% comparativamente a 2018. De igual forma, verificou-se uma diminuição de 2% no consumo de combustível da frota.

## Proposta de Fatores de Conversão PwC para o Âmbito 1 - Combustão móvel

Energia	Unidade	Fator	Fonte
<b>Eletricidade</b>	GJ/kWh	0,0036	<i>International Energy Agency – Basic Conversions</i>
<b>Gasóleo</b>	Densidade (Kg/m <sup>3</sup> )	0,840	APA (2020) <i>National Inventory Report 2020 Portugal (Table 3-51)</i>
	PCI (MJ/Kg)	42,7	
<b>Gasolina</b>	Densidade (Kg/m <sup>3</sup> )	750	
	PCI (MJ/Kg)	43,77	
<b>Gás Natural</b>	PCI (GJ/Nm <sup>3</sup> )	0,03844	Agência Portuguesa do Ambiente (APA) (2013) ( <a href="http://www.apambiente.pt/_zdata/DPAAC/CELE/tabela_PCI_FE_FO_2013.pdf">http://www.apambiente.pt/_zdata/DPAAC/CELE/tabela_PCI_FE_FO_2013.pdf</a> )

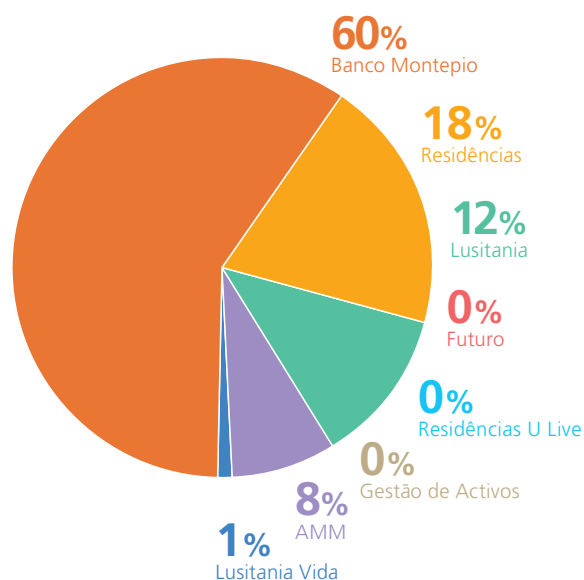
Para o caso da Lusitania Vida, uma vez que os valores reportados estavam em euros, foram utilizados os seguintes pressupostos:

Preço por litro - Gasolina	1,54 € / l	Fonte: PORDATA- preços médios de venda ao público dos combustíveis e da eletricidade para utilizadores domésticos em 2019.
Preço por litro - Gasóleo	1,41 € / l	
Preço por kWh - Eletricidade	0,2150 € / Kwh	

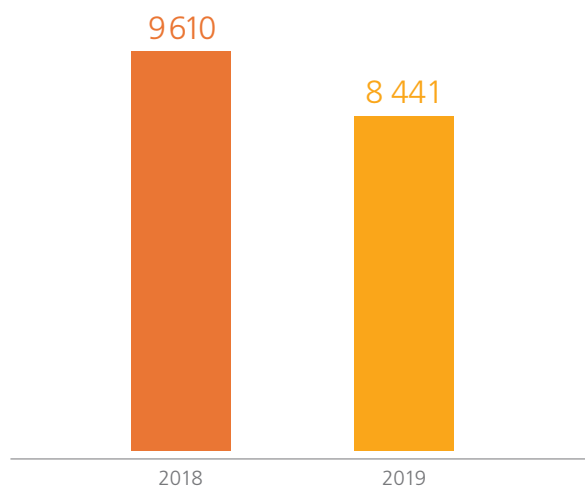
## Emissões de Âmbito 1 e Âmbito 2 por empresa

	AMM	Banco Montepio	Lusitania	Lusitania Vida	Futuro	Gestão de Activos	Residências Montepio	Residências U Live	Total
<b>EMISSÕES ÂMBITO 1</b>									
Gasolina da frota automóvel (t CO2e)	2	20	-	3	-	-	-	-	25
Gasóleo da frota automóvel (t CO2e)	125	1 727	595	47	14	12	37	-	2 557
Gás propano (t CO2e)	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Gás natural (t CO2e)	-	-	-	-	-	-	814	11	825
Emissões diretas de GEE (t CO2e)	127	1 747	595	50	14	12	850	12	3 407
<b>EMISSÕES ÂMBITO 2</b>									
Consumo de eletricidade (tCO2e) - Market Based	532	3 343	448	15	0	0	680	16	5 034
Consumo de eletricidade (tCO2e) - Location Base	456	2 861	383	13	0	0	582	13	4 308

## Emissões totais por empresa



## Variação nas Emissões totais



**Nota:** O âmbito da emissão deste ano foi ajustado, para permitir comparabilidade com o reportado em 2018 (sem Montepio U Live).

O Banco Montepio é a empresa que detém maior representação tanto nas emissões de Âmbito 1 como 2, sendo responsável por 60% das emissões totais. Em oposição, a Gestão de Activos e a Futuro são as que menor percentagem de emissões tem associadas, mas não contabilizam emissões de Âmbito 2.

De facto, tem que se ponderar nesta análise a dimensão das entidades, concretamente na dimensão do número de colaboradores e, também, das instalações.

## Tabela Resumo da Proposta de Fatores de Emissão PwC

Categoria	Energia	FE	Unidade
Âmbito 1 - Combustão móvel (frota)	Gasolina (Medium Segment, Euro 6)	0,0721742	tCO2/GJ
	Gasóleo (Medium Segment, Euro 6)	0,0710046	tCO2/GJ
Âmbito 1 - Combustão estacionária	Gás Natural (Medium Boilers/Heat Pump/Stove, Hobs and Ovens)	0,056923	tCO2/GJ
Âmbito 2 - Location Based	Eletricidade	0,000213	gCO2/kWh
Âmbito 2 - Market Based	Eletricidade	0,00024888	gCO2/kWh

## Consumo de papel por empresa

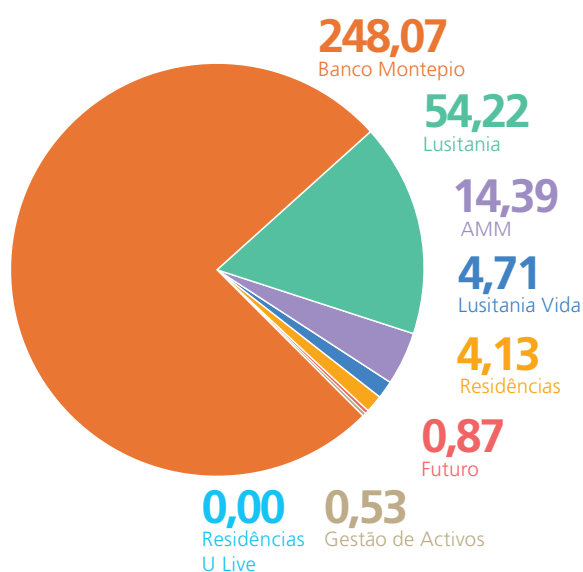
	Associação Montepio	Banco Montepio	Lusitania	Lusitania Vida	Futuro	Gestão de Activos	Residências Montepio	Residências U Live	Total
Consumo total de Papel (t)	14,39	248,07	54,22	4,71	0,87	0,53	4,13	0,00	326,92

## Metodologia

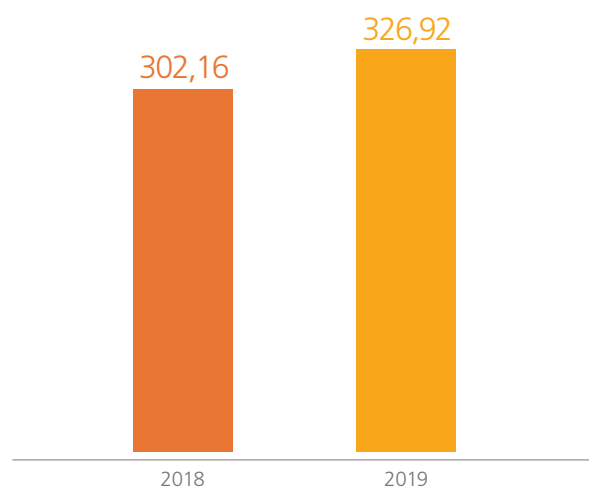
## Lusitania Vida

Cálculo do consumo de papel em tonelada através da média europeia do preço por resma de papel.  
 Fonte: <https://www.statista.com/statistics/613749/average-price-for-din-a4-paper-in-selected-countries-europe/>  
 Gráfico Average consumer price for DIN A4 paper in selected European countries in 2014 (in euros per 500 sheets).

## Consumo total de papel



## Variação no consumo total



**Nota:** O âmbito da emissão deste ano foi ajustado, para permitir comparabilidade com o reportado em 2018 (sem Montepio U Live).

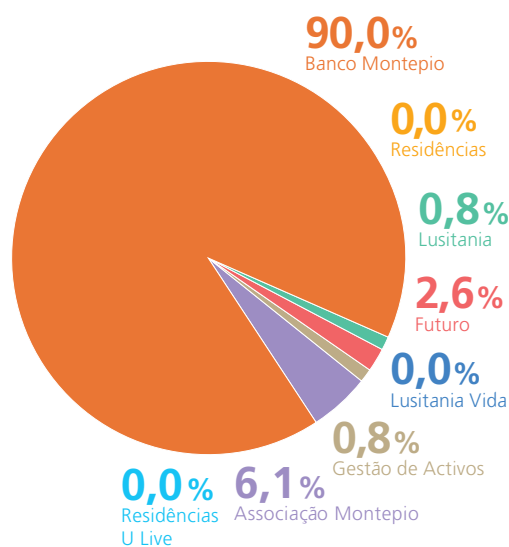
O consumo total de papel em 2019, registou um aumento de 8% face a 2018.



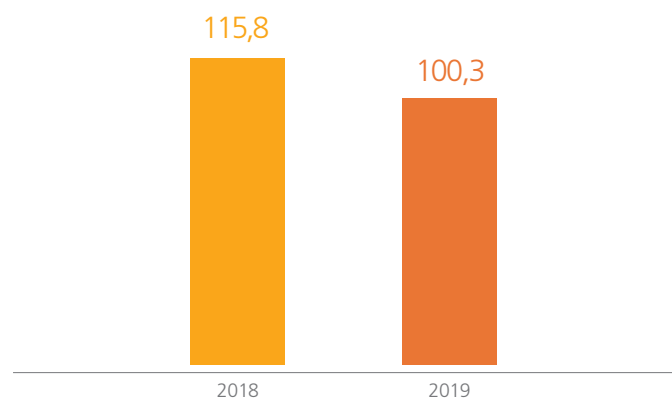
## Resíduos por empresa

	Associação Montepio	Banco Montepio	Lusitania	Lusitania Vida	Futuro	Gestão de Activos	Residências Montepio	Residências U Live	Total
<b>Recolha de papel, tonners, cassetes VHS (t)</b>	5,8	89,3	0,4	-	1,9	0,8	-	-	<b>98,9</b>
<b>Lâmpadas (SILIAMB) (t)</b>	0,0	0,0	0,1	-	0,0	0	-	-	<b>0,1</b>
<b>Recolha contentores asséticos (Cannon) (t)</b>	0,3	0,7	0,3	-	0,0	0	-	-	<b>1,3</b>
<b>Outros (especificar) (t)</b>	0,0	0,0	0,0	-	0,0	-	-	-	<b>0,0</b>
<b>Resíduos totais produzidos (t)</b>	<b>6,1</b>	<b>90,0</b>	<b>0,8</b>	-	<b>1,9</b>	<b>0,8</b>	-	-	<b>100,3</b>

## Resíduos totais produzidos por empresa



## Variação nos resíduos produzidos (t)



**Nota:** O âmbito produção de resíduos nos anos anteriores foi alterado, para permitir comparabilidade com o reportado em 2018.

A grande maioria dos resíduos produzidos são considerados não perigosos tendo como destino final a valorização. Em 2019, registou-se uma redução de 12% dos resíduos produzidos face a 2018, o que corresponde a menos 15,1 toneladas de resíduos no Grupo.

O Grupo Montepio iniciou um projeto para a implementação de recolha seletiva de resíduos para os Serviços Centrais (Associação Montepio e Banco) e que futuramente alargar-se-á para a rede de balcões do Banco Montepio. Em 2019, foram realizadas as seguintes atividades:

- Identificação do número de colaboradores por piso/Edifício.
- Quantidade diária e tipo de resíduos gerados.
- Logística dos resíduos — desde onde é gerado até onde fica acumulado.
- Identificação dos materiais que já são objeto de reciclagem.
- Quem faz a recolha.
- Verificação dos pontos necessários para a colocação dos coletores.

Estão em fase de conclusão:

- Levantamento dos recursos existentes;
- Limpeza e a coleta normal do lixo (Samsic/Portolimpo);
- Horário e frequência;
- Instalações físicas — locais para futura instalação dos coletores por piso/Ala;
- Que tipo de materiais recicláveis serão coletados?
  - o Papel, cartão, embalagens, orgânico, pilhas.

Em 2020, em relação aos Serviços Centrais, será implantado:

- Decisão sobre o tipo/quantidade dos equipamentos;
- Sacos de plásticos;
- Limpeza.

## Principais iniciativas desenvolvidas

O Grupo Montepio, para além do projeto já mencionado para a implementação de recolha seletiva de resíduos para os Serviços Centrais da Associação Mutualista Montepio e do Banco Montepio, concretizou, em cada entidade, as medidas que se apresentam.

### Banco Montepio

O Banco Montepio, por forma a aumentar a eficiência energética, na perspetiva da adequada utilização dos recursos e da consequente redução de custos, adotou um conjunto de iniciativas, das quais se destacam:

#### Medidas adotadas

##### Informática

Virtualização de servidores com redução do consumo energético;

Substituição de infraestruturas *core (hardware)* por equipamentos com maior eficiência energética;

Colocação de lâmpadas LED de baixo consumo em espaços onde operam serviços centrais do Banco Montepio;

##### Instalações

Substituição de equipamentos AVAC (a gás refrigerante R22) nos balcões, por equipamentos mais eficientes com gases refrigerantes menos agressivos para o ambiente;

Substituição de equipamentos AVAC (a gás refrigerante R22) no Edifício da Rua Castilho, por equipamentos mais eficientes com gases refrigerantes menos agressivos para o ambiente;

##### Materiais

Aumento, face a 2018, da adesão à documentação digital via NET24 (12,02% para clientes particulares e 16,98% para clientes empresa) e consequente diminuição do correio externo;

Gradual desmaterialização dos documentos de Movimento Diário de Balcão (MDB) e de todos os processos com substituição do formato de papel.

No mesmo âmbito, o Banco Montepio iniciou um projeto de desmaterialização de processos com vista nomeadamente à redução de consumos de papel e energia.

### Projeto de desmaterialização de processos

#### Projeto

O projeto assenta na recolha de assinaturas sob a forma digital, através de dispositivos *tablet*, que permitem simultaneamente ler o documento e capturar a imagem que servirá de comprovativo para o cliente;

Desmaterialização de processos, com eliminação da impressão e circulação de papel;

Melhoria da jornada e experiência do cliente;

Agilização do tratamento processual, contribuindo para melhoria do serviço prestado e redução de custos;

#### Objetivos

A implementação deste projeto incorpora outros ganhos de natureza intangível;

Posicionamento da marca Montepio com uma imagem de modernidade e inovação;

Preocupação ambiental, contribuindo para redução da pegada ecológica;

Acompanhamento das melhores tendências de mercado, indo ao encontro das expectativas dos clientes.

Adicionalmente, o Banco Montepio continua a implementar a viaturas elétricas e híbridas na sua frota.

### Projeto de viaturas elétricas

#### Projeto

O Grupo Montepio pretende adotar viaturas elétricas na frota, sendo que está previsto acabar com as viaturas tradicionais e avançar para uma solução de viaturas elétricas para o Grupo;

#### Objetivos

O objetivo desde projeto é que em 2022 toda a frota do Grupo Montepio - 789 viaturas - seja elétrica, entre motores híbridos *plug-in* e 100% elétricos;

Estas medidas terão um impacto significativo em termos ambientais, que se traduz numa redução de cerca de 60% de combustível, o correspondente a uma redução de 562 mil litros/ano;

Esta redução medida em termos de pegada ecológica, corresponde a uma redução de 1 485 toneladas de CO<sub>2</sub>;

#### Resultados

Redução da carga fiscal que atualmente se aplica através de tributação autónoma, que incide sobre a totalidade das despesas anuais de cada viatura;

Redução dos custos globais em cerca de 20%, em 2022, quando toda a frota for eletrificada;

#### Próximos passos

Criação de postos de carregamento nos estacionamento dos Edifícios Montepio - vão ser efetuados trabalhos de preparação na componente ligada às instalações elétricas dos Edifícios, tal como a montagem de pontos de carregamento (*wall box*) para que cada utilizador tenha as condições para carregar a sua viatura.

## Lusitania

A Lusitania atua no sentido de mitigar o seu impacto nos recursos naturais, promovendo a eficiência energética, apostando na minimização das emissões de carbono, diminuindo o consumo de papel e gerindo de forma eficiente os resíduos.

### Medidas adotadas

	Continuação da conversão de sistemas de iluminação para tecnologia LED;
	Substituição da iluminação de emergência/segurança por armaduras LED;
	Instalação de interruptores de movimentos em circuitos de iluminação em zonas de circulação;
	Gestão centralizada com tabelas horárias de funcionamento e monitorização, com controlo de iluminação, climatização, ventilação, etc.;
<b>Sede e Outros Edifícios</b>	Substituição dos sistemas VRV-AVAC por sistemas de maior eficiência energética/frigorífica;
	Redução do consumo de plástico, nomeadamente ao nível de pratos, talheres e copos;
	Substituição das garrafas de água de plástico por garrafas de vidro;
	Estão a ser tomadas medidas para redução de papel higiénico, toalhetes e produtos de limpeza;

### Balcões

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

## Futuro

A Futuro aposta interna e externamente na promoção de práticas ambientais, incentivando os clientes à tomada de decisões de investimento ligadas à defesa do ambiente, promovendo campanhas que confirmam a proteção da reforma e do ambiente. Em simultâneo transmite aos seus colaboradores uma cultura de preocupação com a preservação dos recursos naturais. A Futuro encontra-se numa fase inicial de adoção de medidas concretas tendentes à adoção de princípios ESG (*Environmental Social and Governance*).

### Medidas adotadas

	Cultura de redução/eliminação de papel com a implementação de <i>software</i> para "Gestão Documental" desde 2001;
	Em fase de implementação, a migração do <i>software</i> de gestão documental "Fortis" para uma nova versão ( <i>Officeworks</i> ), constituindo assim um upgrade no serviço a disponibilizar aos clientes internos;
	Adoção gradual de extratos digitais para a maioria dos clientes da Futuro, que subscrevem unidades de participação dos fundos de pensões geridos;
<b>Sede</b>	Criação e reforço de funcionalidades do Netfuturo, um portal de acesso online para empresas clientes dos fundos, que visa prestar informação de forma mais transparente e de fácil acesso;
	Acesso <i>online</i> para consulta, a alguns clientes particulares, o qual será gradualmente alargado a todos à medida que a plataforma for evoluindo tecnologicamente;
	Desenvolvimento no <i>site</i> da Futuro da possibilidade de subscrição e reforço dos fundos <i>online</i> ;
	Substituição dos copos de plástico por copos de papel;
	Automóveis híbridos na sua frota automóvel, como medida de combate à poluição.

## Residências Montepio U Live

As Residências Montepio U Live apostam interna e externamente na promoção de práticas ambientais, incentivando os estudantes à adoção no dia-a-dia de boas práticas ligadas à defesa do ambiente. Em simultâneo transmitem aos seus colaboradores uma cultura de preocupação com a preservação dos recursos naturais.

### Medidas adotadas

#### Residências Montepio U Live

Desmaterialização de processos, com eliminação da impressão e circulação de papel;
Instalação de sistemas de iluminação e climatização atuais e eficientes (equipados sempre que possível/compatível com iluminação de tecnologia LED);
Continuação da conversão de sistemas de iluminação para tecnologia LED;
Substituição da iluminação de emergência/segurança por armaduras LED;
Substituição dos sistemas VRV-AVAC por sistemas de maior eficiência energética/frigorífica;
Promoção de boas práticas de reciclagem de resíduos sólidos e de equipamentos elétricos e eletrônicos.



# TABELA GRI PARA A OPÇÃO "DE ACORDO" – ESSENCIAL

## GRI 102 – CONTEÚDOS GERAIS

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
<b>PERFIL ORGANIZACIONAL</b>			
102-1	Nome da organização	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	3. Grupo Montepio - um projeto criado por pessoas, para pessoas – Modelo de Negócio   Pág. 20-21 7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Págs. 78-98	V
102-3	Localização da sede	R. Áurea, 219-241, 1100-062 Lisboa	V
102-4	Localização das operações	3. Grupo Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas   Págs. 15-26	V 11
102-5	Propriedade e natureza legal	3. Grupo Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Modelo de Negócio   Pág. 20	V
102-6	Mercados servidos	3. Grupo Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas   Págs. 15-26	V
102-7	Dimensão da organização	3. Grupo Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas   Págs. 15-26 Página inicial de cada capítulo	V

**GRI 102 – CONTEÚDOS GERAIS**

Divulgações e Formas de Gestão		Localização/Omissão																Ver.	ODS		
		AMM		Banco Montepio		Lusitania		Lusitania Vida		Futuro		Gestão de Activos		Residências Montepio		Montepio U Live					
		M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F				
<b>102-8</b>	Informação sobre colaboradores e outros trabalhadores	Tipo de Contrato	Perma-nentes	9	18	1 830	1 678	250	237	19	12	13	18	8	6	42	357	0	2	V	8
			Tempo-rários	3	7	15	21	1	3	0	0	1	0	1	1	26	166	0	0		
		Tipo de Emprego	Tempo integral	12	25	1 843	1 692	251	240	19	12	14	18	9	7	68	519	0	2		
			Tempo parcial	0	0	2	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0		
		Região	Norte	0	0	584	509	0	0	2	1	0	0	0	0	10	153	0	0		
			Centro	0	1	219	190	251	240	17	11	14	18	9	7	10	63	0	2		
			Sul	12	24	976	933	0	0	0	0	0	0	0	0	33	276	0	0		
			Ilhas	0	0	66	67	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
<b>102-9</b>	Cadeia de fornecedores	3. Grupo Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Cadeia de Fornecedores   Pág. 26																V			
<b>102-10</b>	Alterações significativas na organização e na cadeia de fornecedores	Não se registaram alterações significativas no decorrer do período coberto pelo relatório.																V			
<b>102-11</b>	Abordagem ao princípio de precaução	4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Págs. 34-41 4. Estratégia de Responsabilidade Social – Gestão de Risco   Págs. 42-49																V			
<b>102-12</b>	Iniciativas externas	1. Representações Externas e Compromissos Subscritos   Págs. 8-11																V			
<b>102-13</b>	Membro de associações	1. Representações Externas e Compromissos Subscritos   Pág. 8-11																V			
<b>ESTRATÉGIA</b>																					
<b>102-14</b>	Mensagem do Presidente	Mensagem do Presidente   Pág. 7																V			
<b>102-15</b>	Principais impactos, riscos e oportunidades	4. Estratégia de Responsabilidade Social   Pág. 27-51																V			

## GRI 102 – CONTEÚDOS GERAIS

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
<b>ÉTICA E INTEGRIDADE</b>			
102-16	Valores, princípios, standards e normas de conduta 4. Estratégia de Responsabilidade Social – Ética e Integridade   Págs. 49-50 3. Grupo Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Missão, Visão, Valores e Estratégia   Pág. 21-25	V	16
102-17	Mecanismos de aconselhamento e preocupações éticas Apesar do Grupo Montepio já ter alguns mecanismos que permitem detetar comportamentos não éticos (por exemplo através das auditorias internas e dos Gabinetes de Provedoria do cliente e do associado), não existe um mecanismo formalizado. 4. Estratégia de Responsabilidade Social – Ética e Integridade   Págs. 49-50	V	16
<b>GOVERNANCE</b>			
102-18	Estrutura de <i>governance</i> 4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Págs. 34-41	V	
102-19	Delegação de autoridade 4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Págs. 34-41	V	
102-20	Funções de nível executivo responsáveis pelos tópicos económicos, ambientais e sociais 4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Págs. 34-41	V	
102-21	Consulta a <i>Stakeholders</i> sobre tópicos económicos, ambientais e sociais 5. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs. 51-56	V	
102-22	Composição do mais alto órgão de <i>governance</i> e dos seus comités 4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Págs. 34-41 Relatório e Contas da AMM 2019 – Órgãos Associativos   Pág. 3 Relatório e Contas do Banco Montepio 2019 – Órgãos Sociais   Págs. 8 Relatório e Contas da Futuro 2019 – Órgãos Sociais   Pág. 1 Relatório e Contas da Lusitania 2019   Pág. 5 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 – Sistema de Governação   Pág. 15 Relatório e Contas da Gestão de Activos 2019   Pág. 2	V	
102-23	Presidente do mais alto órgão de <i>governance</i> Relatório e Contas da AMM 2019 – Órgãos Associativos   Pág. 3 Relatório e Contas do Banco Montepio 2019 – Órgãos Sociais   Págs. 8 Relatório e Contas da Lusitania 2019   Pág. 5 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 – Sistema de Governação   Pág. 15 Relatório e Contas da Futuro 2019 – Órgãos Sociais   Pág. 1 Relatório e Contas da Gestão de Activos 2019   Pág. 2	V	
102-24	Nomeação e seleção do mais alto órgão de <i>governance</i> Estatutos Montepio Geral Associação Mutualista – Eleições   Págs. 21 Relatório e Contas do Banco Montepio 2019 – Regras aplicáveis à nomeação e substituição dos membros do órgão de administração e à alteração dos estatutos da sociedade   Pág. 610 Relatório e Contas da Lusitania – Notas anexas às Demonstrações Financeiras   Pág. 39 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 – Sistema de Governação   Pág. 15 Estatutos da MGA   Pág. 5	V	

## GRI 102 – CONTEÚDOS GERAIS

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS	
102-25	Conflitos de interesse	4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo e Gestão de Riscos   Págs. 34-49 Estatutos Montepio Geral Associação Mutualista – Disposições Gerais   Págs 25 Relatório e Contas do Banco Montepio 2019 – Revisão do Regulamento de Comunicação de Irregularidades (Whistleblowing) e alteração da Política de Conflito de Interesses   Págs. 620 Relatório e Contas da Lusitania 2019 – Notas anexas às Demonstrações Financeiras   Pág. 39 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 - Notas Explicativas às Demonstrações Financeiras   Pág. 166 Sustentabilidade 2019 – Contributo da Futuro para o relatório de sustentabilidade do Grupo Montepio   Código de Conduta   Pág. 22 Política De Gestão De Conflitos De Interesses, publicada no site da AMM: <a href="https://www.montepio.org/wp-content/uploads/2018/03/Politica-Conflito-de-interesses-externa-2.pdf">https://www.montepio.org/wp-content/uploads/2018/03/Politica-Conflito-de-interesses-externa-2.pdf</a> -	V	
102-26	Funções do mais alto órgão de <i>governance</i> na definição de objetivos, valores e estratégia	4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Págs. 34-41	V	
102-27	Conhecimento do mais alto órgão de <i>governance</i>	4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Págs. 34-41	V	
102-31	Revisão dos tópicos económicos, ambientais e sociais	4. Estratégia de Responsabilidade Social – Modelo de Governo   Pág. 34-41	V	
102-32	Papel do mais alto órgão de <i>governance</i> no Relatório de Sustentabilidade	O Comité de Sustentabilidade 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.	V	
102-35	Políticas de remuneração	Relatório e Contas AMM 2019 – Custos com Pessoal   Pág. 110 Relatório e Contas do Banco Montepio – Custos com Pessoal   Págs. 140 Relatório e Contas Lusitania 2019 – Gastos com Pessoal   Pág. 99 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 – Remuneração e Benefícios aos Trabalhadores   Pág. 82 Relatório e Contas da Futuro 2019 – Gastos com Pessoal   Págs. 53 Relatório e Contas Gestão de Activos 2019 – Custos com Pessoal   Pág. 34	V	
102-36	Processo para determinar a remuneração	Relatório e Contas AMM 2019 – Custos com Pessoal   Pág. 110 Relatório e Contas do Banco Montepio – Custos com Pessoal   Págs. 140 Relatório e Contas Lusitania 2019 – Gastos com Pessoal   Pág. 99 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 – Remuneração e Benefícios aos Trabalhadores   Pág. 82 Relatório e Contas da Futuro 2019 – Gastos com Pessoal   Págs. 53 Relatório e Contas Gestão de Activos 2019 – Custos com Pessoal   Pág. 34	V	
102-37	Envolvimento de <i>Stakeholders</i> na remuneração	Relatório e Contas AMM 2019 – Custos com Pessoal   Pág. 110 Relatório e Contas do Banco Montepio – Custos com Pessoal   Págs. 140 Relatório e Contas Lusitania 2019 – Gastos com Pessoal   Pág. 99 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 – Remuneração e Benefícios aos Trabalhadores   Pág. 82 Relatório e Contas da Futuro 2019 – Gastos com Pessoal   Págs. 53 Relatório e Contas Gestão de Activos 2019 – Custos com Pessoal   Pág. 34	V	

## GRI 102 – CONTEÚDOS GERAIS

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
<b>ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS</b>			
102-40	Lista dos grupos de Stakeholders	5. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs.51-56	V
102-41	Acordos coletivos de trabalho	Colaboradores abrangidos por acordos coletivos de trabalho: - Banco Montepio: 100% - AMM: 0% - Lusitania: 100% - Lusitania Vida: 100% - Futuro: 0% - Gestão de Activos: 0% - Residências Montepio: 0%	V 8
102-42	Identificação e seleção de Stakeholders	5. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs. 51-56	V
102-43	Abordagem de envolvimento com Stakeholders	5. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs. 51-56 6. Responder às necessidades de poupança, proteção social e bem-estar dos associados   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 64-77 7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   RELAÇÃO COM O CLIENTE   Satisfação de clientes   Págs. 85-98 8. Sustentabilidade na empresa Lusitania   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 101-103 10. Sustentabilidade na Empresa Futuro   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 109-113 12. Sustentabilidade na empresa Residências Montepio   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão de Reclamações   Págs. 119-120 13. Sustentabilidade na empresa Montepio U Level   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão de Reclamações   Págs. 123	V
102-44	Principais questões e preocupações levantadas pelos Stakeholders	5. Envolvimento com <i>stakeholders</i>   Págs. 51-56 6. Responder às necessidades de poupança, proteção social e bem-estar dos associados   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 64-77 7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   RELAÇÃO COM O CLIENTE   Satisfação de clientes   Págs. 85-98 8. Sustentabilidade na empresa Lusitania   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 101-103 10. Sustentabilidade na Empresa Futuro   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 109-113 12. Sustentabilidade na empresa Residências Montepio   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão de Reclamações   Págs. 119-120 13. Sustentabilidade na empresa Montepio U Level   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão de Reclamações   Págs. 123	V
<b>PRÁTICA DE REPORTE</b>			
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	Relatório e Contas AMM 2019   Participação financeira da Caixa Económica   Pág.10 Relatório e Contas do Banco Montepio 2019 – Estrutura do grupo   Pág. 17 Relatório e Contas Lusitania 2019 – Notas anexas às demonstrações financeiras   Pág. 39 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 – Atividade e Desempenho   Pág. 22 Relatório e Contas da Futuro 2019 – Identificação da entidade   Pág. 25 Relatório e Contas Gestão de Activos 2019 – Notas às demonstrações financeiras   Pág. 20	V
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos limites dos tópicos	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V

**GRI 102 – CONTEÚDOS GERAIS**

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS	
102-47	Lista dos tópicos materiais	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V	
102-48	Reformulação de informação	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V	
102-49	Alterações no relatório	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V	
102-50	Período de reporte	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V	
102-51	Data do relatório mais recente	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V	
102-52	Ciclo de relatórios	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V	
102-53	Contacto para questões sobre o relatório	Sobre este Relatório   Págs. 3-6	V	
102-54	Opção “de acordo” com os GRI Standards	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	Verificação externa	Sobre este Relatório   Págs. 3-6		

**CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS****GRI 200 - DIVULGAÇÕES ECONÓMICAS**

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
--------------------------------	---------------------	------	-----

**GRI 201 - DESEMPENHO ECONÓMICO (ASPETO MATERIAL)**

Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Grupo 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	A forma de gestão e os seus componentes	O Grupo Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com o desempenho económico (ver capítulos: 6. Responder às necessidades de poupança, proteção social e bem-estar dos associados; 7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores; 8. Sustentabilidade na empresa Lusitania; 9. Sustentabilidade na empresa Lusitania Vida; 10. Sustentabilidade na empresa Futuro; 11. Sustentabilidade na empresa Gestão de Ativos; 12. Sustentabilidade na empresa Residências Montepio; 13. Sustentabilidade na empresa Montepio U Live).	V	
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Grupo Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulos: 6. Responder às necessidades de poupança, proteção social e bem-estar dos associados; 7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores; 8. Sustentabilidade na empresa Lusitania; 9. Sustentabilidade na empresa Lusitania Vida; 10. Sustentabilidade na empresa Futuro; 11. Sustentabilidade na empresa Gestão de Ativos; 12. Sustentabilidade na empresa Residências Montepio; 13. Sustentabilidade na empresa Montepio U Live).		



**CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS****GRI 200 - DIVULGAÇÕES ECONÓMICAS**

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
201-1	Valor económico direto gerado e distribuído	V	6. Responder às necessidades de poupança, proteção social e bem-estar dos associados   Criação e distribuição de valor   Pág. 57
			7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Criação e distribuição de valor   Pág. 80
			8. Sustentabilidade na empresa Lusitania   Pág. 101
			9. Sustentabilidade na empresa Lusitania Vida   Pág. 106
			10. Sustentabilidade na empresa Futuro   Pág. 109
			11. Sustentabilidade na empresa Gestão de Ativos   Pág. 116
201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para a organização devido às alterações climáticas	V	12. Sustentabilidade na empresa Residências Montepio   Pág. 119
			13. Sustentabilidade na empresa Montepio U Level   Pág. 123
201-3	Obrigações dos planos de benefícios definidos e outros planos de reforma	V	
201-4	Benefícios financeiros significativos recebidos pelo governo	V	Informação ainda não disponível para o ano de 2019. O Grupo Montepio prevê efetuar uma avaliação de riscos e oportunidades para a organização devido às alterações climáticas nos próximos anos.
			Relatório e Contas da AMM 2019 – Benefícios aos empregados   Pág. 99 Relatório e Contas do Banco Montepio 2019 – Benefícios pós-emprego e de longo prazo   Pág. 474 Relatório e Contas Lusitania 2019 – Benefícios aos empregados   Págs. 56 Relatório sobre a solvência e a situação financeira da Lusitania Vida, Companhia de Seguros, SA 2019 – Remuneração e Benefícios aos Trabalhadores   Pág. 82 Relatório e Contas Gestão de Activos 2019 – Benefícios dos empregados   Págs. 48

**GRI 204 - PRÁTICAS DE COMPRA**

204-1	Proporção de despesas com fornecedores locais	V	12
	3. Grupo Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas – Cadeia de Fornecedores   Pág. 26 Lusitania: 99% Lusitania Vida: 99% Futuro: 99% Gestão de Activos: 75% Residências Montepio: 100% Montepio U Live: 100%		

**GRI 300 - DIVULGAÇÕES AMBIENTAIS**

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
301-1	Consumo de materiais por peso ou volume	V	8 12
	16. Promover o Ambiente   Pág. 156-168		
302-1	Consumo de energia dentro da organização	V	7 8 12 13
	15. Promover o Ambiente   Págs. 156-168		

**GRI 300 - DIVULGAÇÕES AMBIENTAIS**

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
--------------------------------	---------------------	------	-----

**GRI 305 - EMISSÕES**

<b>305-1</b>	Emissões diretas de Gases de Efeito de Estufa - GEE (Âmbito 1)	16. Promover o Ambiente   Pág. 156-168	V	3 12 13 14 15
<b>305-2</b>	Emissões indiretas de GEE (Âmbito 2)	16. Promover o Ambiente   Pág. 156-168	V	3 12 13 14 15

**GRI 306 - RESÍDUOS E EFLUENTES**

<b>306-2</b>	Resíduos por tipo e por destino	16. Promover o Ambiente   Pág. 156-168	V	3 6 12
--------------	---------------------------------	--	---	--------------

**GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS**

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
--------------------------------	---------------------	------	-----

**GRI 401 - EMPREGO (ASPETO MATERIAL)**

<b>Formas de Gestão</b>	<b>103-1</b>	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Grupo 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 elevada (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório).	
	<b>103-2</b>	A forma de gestão e os seus componentes	O Grupo Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com o Emprego (ver capítulo 14. Valorizar os colaboradores).	V
	<b>103-3</b>	Evolução da forma de gestão	O Montepio realiza a medição e a monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 14. Valorizar os colaboradores).	

		Taxa de novas contratações (%)																Ver.	ODS
		AMM		Banco Montepio		Lusitania		Lusitania Vida		Futuro		Gestão de Activos		Residências Montepio		Montepio U Live			
		F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M		
<b>401-1</b>	Novas contratações e rotatividade de colaboradores	<30	40%	40%	47%	58%	83%	43%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	81%	45%	0%	0%	
		30 a 50	37%	100%	1%	1%	4%	3%	0%	0%	0%	25%	60%	0%	34%	28%	0%	0%	
		>50	*	25%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	32%	25%	0%	0%	
		Norte	*	*	1%	1%	*	*	0%	0%	*	*	*	*	22%	50%	0%	0%	
		Centro	100%	*	3%	1%	*	*	0%	0%	*	*	*	*	19%	17%	0%	0%	
		Sul	33%	50%	4%	3%	*	*	0%	0%	*	*	*	*	56%	31%	0%	0%	
		Ilhas	*	*	1%	5%	*	*	0%	0%	*	*	*	*	*	*	0%	0%	
		<30	0%	0%	23%	35%	0%	29%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	60%	15%	0%	0%	
		30 a 50	0%	0%	2%	2%	5%	6%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	29%	18%	0%	0%	
		>50	0%	0%	2%	3%	3%	5%	0%	0%	11%	0%	0%	0%	34%	13%	0%	0%	
		Norte	*	*	1%	2%	*	*	0%	0%	*	*	*	*	29%	21%	0%	0%	
		Centro	0%	*	2%	1%	*	*	0%	0%	*	*	*	*	33%	19%	0%	0%	
Sul	0%	0%	4%	4%	*	*	*	*	*	*	*	*	41%	19%	0%	0%			
Ilhas	*	*	0%	3%	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	0%	0%			

\* Não calculado devido ao número de colaboradores no final do período ser 0 (para a faixa etária/região e género referidos).

**GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS**

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS	
401-2	Benefícios concedidos aos colaboradores em regime <i>full-time</i> que não são concedidos aos colaboradores temporários ou em <i>part-time</i>	14. Valorizar os colaboradores   Principais iniciativas desenvolvidas   4. Benefícios   Págs.135-137	V	8
401-3	Licença parental	Aos colaboradores da AMM, Banco Montepio, Lusitania, Lusitania Vida, Futuro, Gestão de Activos e Residências Montepio e Montepio U Live 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.	V	5 8

**GRI 403 - SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL**

403-2	Tipos e taxas de acidentes, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e número de mortes relacionadas com o trabalho	14. Valorizar os colaboradores   Principais iniciativas desenvolvidas   5. Saúde e Segurança no Trabalho   Pág.137-138	V	3 8
-------	--	--	---	--------

**GRI 404 - FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO (ASPETO MATERIAL)**

Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Grupo 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 "Desenvolvimento de capital humano" foi considerado um tema de materialidade elevada (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório).		
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Grupo Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com a Formação e Educação (ver capítulo 14. Valorizar os colaboradores   Principais iniciativas desenvolvidas   2. Formação e Desenvolvimento).	V	
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Grupo Montepio realiza a medição e a monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 14. Valorizar os colaboradores   Principais iniciativas desenvolvidas   2. Formação e Desenvolvimento).		
404-1	Média de horas de formação por ano e por colaborador	14. Valorizar os colaboradores   Principais iniciativas desenvolvidas   3. Desempenho   Pág.129-134	V	4 5 8	
404-3	Percentagem de colaboradores que recebem, regularmente, análises de desempenho e de desenvolvimento da carreira	14. Valorizar os colaboradores   Principais iniciativas desenvolvidas   3. Desempenho   Págs. 134-135	V	5 8	

## GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS

Divulgações  
e Formas de Gestão

Localização/Omissão

Ver. ODS

## GRI 405 - DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

14. Valorizar os colaboradores | A equipa Montepio | Pág.127

	Diretivas e chefias	Técnicas	Administrativas	Operacionais
<b>AMM</b>				
<30 anos	0	5	5	
Dos 30 aos 50 anos	0	9	13	
>50 anos	3	2	0	
F	0	11	14	
M	3	5	4	
<b>Banco Montepio</b>				
<30 anos	0	47	67	
Dos 30 aos 50 anos	505	1 059	1 013	
>50 anos	332	230	291	
F	270	659	770	
M	567	677	601	
<b>Lusitania</b>				
<30 anos	0	7	6	
Dos 30 aos 50 anos	51	111	169	
>50 anos	41	29	77	
F	28	69	143	
M	64	78	109	
<b>Lusitania Vida</b>				
<30 anos	0	0	0	
Dos 30 aos 50 anos	0	0	0	
>50 anos	0	0	0	
F	2	7	3	
M	6	9	4	
<b>Futuro</b>				
<30 anos	1	0	0	
Dos 30 aos 50 anos	1	12	4	
>50 anos	5	6	3	
F	2	12	4	
M	5	6	3	
<b>Gestão de Activos</b>				
<30 anos	0	0	1	
Dos 30 aos 50 anos	0	3	2	
>50 anos	6	2	2	
F	0	5	2	
M	6	1	2	
<b>Residências Montepio</b>				
<30 anos	11	60	9	52
Dos 30 aos 50 anos	24	70	39	196
>50 anos	3	1	3	123
F	27	109	45	342
M	11	22	6	29
<b>Montepio U Live</b>				
<30 anos	0	0	0	
Dos 30 aos 50 anos	0	0	2	
>50 anos	0	0	0	
F	0	0	2	
M	0	0	0	

405-1

Diversidade  
dos órgãos  
de governança  
e dos  
colaboradores

V

5  
8

**GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS**

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
--------------------------------	---------------------	------	-----

**GRI 413 - COMUNIDADES LOCAIS**

<b>413-1</b>	Operações com envolvimento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento de programas	15. Investir em ações que beneficiam a comunidade Págs. 140-155	V	
<b>413-2</b>	Operações com impactos negativos significativos atuais e potenciais nas comunidades locais	15. Investir em ações que beneficiam a comunidade Págs. 140-155	V	1 2

**GRI 417 - MARKETING E ROTULAGEM (ASPETO MATERIAL)**

<b>103-1</b>	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Grupo Montepio tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da instituição. Com relação direta com o Marketing e Rotulagem, o tema "Qualidade do serviço e satisfação dos associados e dos clientes" foi considerado um tema de materialidade elevada.			
<b>Formas de Gestão</b>	<b>103-2</b>	A forma de gestão e os seus componentes	<p>O Grupo Montepio tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com Marketing e Rotulagem (ver capítulos:</p> <p>6. Responder às necessidades de poupança, proteção social e bem-estar dos associados diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 64-77</p> <p>7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   RELAÇÃO COM O CLIENTE   Satisfação de clientes Págs. 85-98</p> <p>8. Sustentabilidade na empresa Lusitania   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 101-103</p> <p>10. Sustentabilidade na Empresa Futuro   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 109-113</p> <p>12. Sustentabilidade na empresa Residências Montepio   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão de Reclamações   Págs. 119-120</p> <p>13. Sustentabilidade na empresa Montepio U Level Pág. 123</p>	V	
	<b>103-3</b>	Evolução da forma de gestão	<p>O Grupo Montepio realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulos:</p> <p>6. Responder às necessidades de poupança, proteção social e bem-estar dos associados diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 64-77</p> <p>7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   RELAÇÃO COM O CLIENTE   Satisfação de clientes   Págs. 85-98</p> <p>8. Sustentabilidade na empresa Lusitania   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 101-103</p> <p>10. Sustentabilidade na Empresa Futuro   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão das Reclamações   Págs. 109-113</p> <p>12. Sustentabilidade na empresa Residências Montepio   Principais iniciativas desenvolvidas   Gestão de Reclamações   Págs.</p> <p>13. Sustentabilidade na empresa Montepio U Level Pág. 123</p>		

## GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
417-1	Requisitos de informação e rotulagem para produtos e serviços	V	12 16
	<p><u>AMM</u></p> <p>Na AMM as modalidades disponibilizadas aos associados dão integral cumprimento aos regulamentos internos e ao definido no Código das Associações Mutualistas.</p> <p>Banco Montepio</p> <p>O Banco Montepio continuou a adequar os seus processos àquilo que são as melhores práticas de mercado, tendo em consideração as Orientações da EBA - GL 2015/18 - e as Orientações emitidas pelo Conselho Nacional de Supervisores Financeiros (CNSF) em 3 de março de 2016 no âmbito dos Riscos de Conduta associados a <i>mis-selling</i> de produtos de aforro e investimento.</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. 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><u>Lusitania Vida</u></p> <p>A Lusitania Vida está obrigada a cumprir com os requisitos legais e normativos definidos em diversos diplomas, dos quais se relevam o Decreto-Lei n.º 72/2008, de 16 de abril, com deveres de informação pré-contratual e contratual, a Norma Regulamentar n.º 10/2009-R, de 25 de junho em matéria de Conduta de Mercado, a Norma Regulamentar n.º 03/2010-R, de 18 de março relativa a publicidade e a Circular n.º 2/2012, de 1 de março ligada a seguros de proteção ao crédito.</p> <p><u>Futuro</u></p> <p>A Futuro é uma empresa Certificada desde 2001, e como tal tem instituído processos e procedimentos focados na satisfação dos clientes e na melhoria do desempenho global da Organização.</p> <p>A Sociedade Gestora rege-se pela adoção de boas práticas, permitindo o fornecimento de produtos e serviços que satisfaçam os requisitos dos clientes e as exigências estatutárias e regulamentares exigidas pela Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões-ASF.</p> <p>Os Fundos de Pensões disponibilizados são sujeitos à aprovação da Entidade de Supervisão antes da sua apresentação ao mercado e obedecem a procedimentos internos associados à “Conceção” de produtos e serviços, com a respetiva verificação e validação e ainda o cumprimento das exigências em matéria de risco e <i>compliance</i>.</p> <p><u>Gestão de Activos</u></p> <p>A Gestão de Activos encontra-se abrangida por diversa legislação / regulamentação, nomeadamente pelo Regime Jurídico dos Organismos de Investimento Coletivo (RGOIC) e pelo Regulamento da CMVM n.º 2/2015, que estabelecem que os fundos de investimento mobiliário geridos têm que ter um Prospeto Completo e um IFI (Informações fundamentais destinadas aos investidores) relativamente a cada fundo, estabelecendo ainda os respetivos conteúdos. Por outro lado, estes documentos são objeto de aprovação prévia pela CMVM e estão disponíveis ao público no site da MGA e na sede da MGA e aos balcões do Banco Montepio (entidade comercializadora dos fundos).</p>		



## GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS	
417-2	<p>Não-conformidades relativas à informação e rotulagem de produtos e serviços</p>	<p><u>AMM</u> Eventuais situações que possam configurar não conformidades são imediatamente corrigidas e sanadas.</p> <p><u>Banco Montepio</u> O Banco Montepio não foi alvo de qualquer multa ou penalidade no âmbito em referência. O Banco Montepio dá integral cumprimento às orientações no âmbito publicidade: Código da Publicidade – Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro; Aviso do Banco de Portugal n.º 10/2008; Carta Circular do Banco de Portugal n.º 2014/000065; Carta Circular do Banco de Portugal n.º 69/2016.</p> <p><u>Lusitania</u> Lusitania encontra-se adstrita ao cumprimento da legislação aplicável no que ao dever de informação diz respeito, inclusive contribuindo ativamente na constante melhoria e discussão dos diplomas legais aplicáveis. Assim, no que à atividade seguradora diz respeito e na observância das boas práticas de conduta de mercado e de dever de informação e publicidade, salienta-se: Regulamento Geral de Proteção de Dados, de 27 de abril de 2016; Lei n.º 7/2019, que aprova o regime jurídico da distribuição de seguros e de resseguros; Lei n.º 147/2015 que aprova o regime jurídico de acesso e exercício da atividade seguradora e resseguradora; DL n.º 72/2008, de 16 de abril, 16 de janeiro, que estabelece o regime jurídico do contrato de seguro; DL n.º 95/2006, de 29 de maio que estabelece regime de contratos à distância relativos a serviços financeiros; DL n.º 330/90, de 23 de outubro, que aprova o Código da Publicidade; Norma Regulamentar ASF n.º 03/2010-R, de 18 de março, que estabelece regras a observar na publicidade; Norma Regulamentar ASF n.º 10/2009-R, de 25 de junho, que define princípios de conduta de mercado. Garantindo os mais elevados padrões e garantias no desenvolvimento e distribuição de produtos de seguros, os colaboradores da Lusitania encontram-se ainda vinculados a uma série de normativos internos que delimitam e definem os procedimentos e boas práticas a utilizar na sua atividade.”</p> <p><u>Lusitania Vida</u> Sem qualquer registo.</p> <p><u>Futuro</u> A Futuro- Sociedade Gestora de Fundos de Pensões, não foi alvo de qualquer multa ou penalidade no âmbito em apreço. A Futuro é Certificada de acordo com a Norma ISO 9001:2015 e como tal é sujeita a Auditorias Internas e Externas. Não ocorreram “Não Conformidades” nas auditorias, relacionadas com o âmbito em referência. Quando ocorrem “Não conformidades” são as mesmas registadas na base de dados de ações corretivas e de melhoria, e é feita a análise de causas na vertente qualidade e risco. As ações são acompanhadas e implementadas sem demora indevida. As orientações a que a Futuro está sujeita em matéria de publicidade/comunicação de produto e institucional são integralmente cumpridas: • DL 12/2006, de 20 de janeiro, alterado e republicado na Lei n.º147/2015, de 09 de Setembro; • Norma N.º 8/2009-R de 4 de junho; • Código da publicidade - Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro • Norma Regulamentar n.º 03/2010-R, de 18 de março • Lei 7/2019 de 16 de janeiro (mediação de seguros) • Lei n.º35/2018, de 20 de julho (Alteração das regras de comercialização de Produtos financeiros) • DL 95-2006 (Contratos à distância) • DL 7-2004 de 07 de janeiro (Comércio Eletrónico) • Lei 6-1999 de 27 de janeiro (Publicidade Domiciliária)</p> <p><u>Gestão de Activos</u> A Gestão de Activos não foi alvo de qualquer multa ou penalidade no âmbito em apreço. Os fundos de investimento mobiliário geridos pela Gestão de Activos são objeto de auditorias, com periodicidade semestral (com as respetivas certificações legais de contas), conforme estabelecido no enquadramento legal desta atividade. No âmbito destes trabalhos de auditoria, não foram identificadas não-conformidades.</p>	V	16

## INDICADORES SETORIAIS PARA O SETOR FINANCEIRO

## PORTFOLIO DE PRODUTOS

Divulgações e Formas de Gestão	Localização/Omissão	Ver.	ODS
<b>FS7</b> Volume (monetário) dos produtos e serviços com benefício social, por linha de negócio	7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   BANCA DE PARTICULARES   Soluções de Inclusão Financeira; Soluções de Promoção da Poupança; Soluções de Apoio à Educação e Soluções de Promoção da Saúde e Bem-Estar   Págs. 85-87	V	1
			8
			9
			10
			11
<b>FS8</b> Valor monetário de produtos e serviços destinados a contribuir para um benefício ambiental, por cada linha de negócio, e detalhado por objetivo	7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   BANCA DE PARTICULARES   Produtos Indutores de Boas Práticas Ambientais   Págs. 85-86 7. Disponibilizar produtos e serviços diferenciadores   Principais iniciativas desenvolvidas   BANCA DE EMPRESAS   Linha de Crédito para Limpeza da Floresta; Linhas de Crédito ao Estacionamento e à Comercialização da Madeira Queimada; Linha de Crédito para Eficiência Energética; Campanha Mobilidade Elétrica Auto   Págs. 87-88	V	
<b>FS13</b> Pontos de acesso em localidades com pouca população ou economicamente desfavorecidas	3. Montepio – um projeto criado por pessoas, para pessoas   Págs. 15-26	V	1 8 10

Legenda:

VER. – Verificação

ODS – Objetivos de Desenvolvimento SustentávelPrincípios UNGC – United Nations Global Compact



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

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

### **Introdução**

Fomos contratados pela Administração da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio ("Grupo Montepio" ou "Empresas") para a realização de um trabalho de garantia limitada de fiabilidade sobre a informação de sustentabilidade identificada abaixo na secção "Responsabilidades do auditor", que integra a informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Sustentabilidade 2019, relativo ao ano findo em 31 de dezembro de 2019, preparada por estas entidades para efeitos de divulgação do seu desempenho anual em matéria de sustentabilidade.

### **Responsabilidades do Conselho de Administração**

É da responsabilidade dos Conselhos de Administração da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio a preparação da informação de sustentabilidade identificada abaixo na secção "Responsabilidades do Auditor", incluída no Relatório de Sustentabilidade 2019, 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 de Sustentabilidade 2019, bem como a manutenção de um sistema de controlo interno apropriado, que permita uma adequada preparação da informação mencionada.

### **Responsabilidades do auditor**

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.

O nosso trabalho foi efetuado de acordo com a Norma Internacional sobre Trabalhos de Garantia de Fiabilidade que Não Sejam Auditorias ou Revisões de Informação Financeira Histórica (ISAE) 3000 (Revista), emitida pelo International Auditing and Assurance Standards Board da International Federation of Accountants e cumprimos as demais normas e orientações técnicas da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC), as quais exigem que o nosso trabalho seja planeado e executado com o objetivo de obter garantia limitada de fiabilidade sobre se a informação de sustentabilidade, incluída no Relatório de Sustentabilidade 2019, está isenta de distorções materialmente relevantes.

O nosso trabalho de garantia de fiabilidade limitada consistiu ainda na realização de procedimentos com o objetivo de obter um grau de segurança limitado sobre se a Empresa aplicou, na informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Sustentabilidade 2019, as diretrizes GRI Standards, para a opção "De acordo – Essencial".

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;

---

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

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

Receção: Palácio Sottomayor, Avenida Fontes Pereira de Melo, nº16, 1050-121 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

- (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 2019;
- (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, para a opção "De acordo – Essencial".

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.

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

#### ***Qualidade e independência***

Aplicamos a Norma Internacional de Controlo de Qualidade 1 (ISQC1) e, conseqüentemente, mantemos um sistema de controlo de qualidade abrangente, que inclui políticas e procedimentos documentados sobre o cumprimento de requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulamentares aplicáveis.

Cumprimos com os requisitos de independência e ética do código de ética (incluindo as Normas Internacionais de Independência) emitido pelo International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA) e do código de ética da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC).

#### ***Conclusão***

Com base no trabalho efetuado, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a concluir que a informação de sustentabilidade identificada acima na secção "Responsabilidade do auditor", incluída no Relatório de Sustentabilidade 2019, relativa ao ano findo em 31 de dezembro de 2019, 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 mesmo 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 2019, as diretrizes GRI Standards, na opção "De Acordo – Essencial".

#### ***Restrições de uso***

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 2019, 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 2019 da Associação Mutualista Montepio, Caixa Económica Montepio Geral e Fundação Montepio.

31 de agosto de 2021

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



António Brochado Correia, R.O.C.

