

Relatório de Sustentabilidade

2010/2011

Seguradoras do Grupo Caixa Geral de Depósitos
Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A.

O QUE NOS MOTIVA A FAZER ESTE RELATÓRIO

Sermos líderes também em matéria de desenvolvimento sustentável.

Sermos melhores e trabalharmos continuamente para um desempenho ao nível das nossas responsabilidades.

Sermos um grupo de empresas mais preparado para prestar contas sobre o seu desempenho e para responder a novos desafios.



2012 - Ano Europeu do Envelhecimento Ativo

O impacto conjugado da educação, dos progressos na medicina e do enquadramento social tem originado um processo de envelhecimento das sociedades.

Trata-se de um fenómeno generalizado, na medida em que se verifica em praticamente todas as populações do nosso mundo, embora estas se encontrem hoje em situações muito diversas e evoluindo a ritmos bem diferentes. Mais idosos e menos jovens - é o chamado duplo envelhecimento, na medida em que ocorre por força de variações significativas verificadas simultaneamente no topo e na base da pirâmide etária.

Em Portugal também se tem verificado este tipo de evolução demográfica: desde meados do século passado até aos dias de hoje, a esperança de vida à nascença aumentou cerca de vinte anos! Por sua vez, o índice sintético de fertilidade, que corresponde ao número de filhos que uma mulher tem, durante o seu período fértil, baixou para menos de metade, de um valor médio de 3,1 para 1,4 filhos nos dias de hoje.

Esta realidade permite várias leituras e suscita questões diversas no plano da intervenção social. Assinalamos este ano, a nível internacional, o envelhecimento ativo. O envelhecimento, em si mesmo, não é negativo. Importante é que o façamos em boas condições físicas e mentais e que sejam suportáveis (por nós ou pela sociedade) os eventuais custos adicionais destes ganhos de longevidade. Para podermos atingir o objetivo de uma vida saudável ou com qualidade, é importante prepararmo-nos com antecedência. Por um lado, cuidando de nós próprios, da

nossa saúde física e mental, por outro, criando condições materiais para poder responder no futuro às necessidades financeiras acrescidas que venham a manifestar-se, em resultado do recuo que o Estado tem vindo a fazer no âmbito do financiamento das despesas de carácter social por insustentabilidade das mesmas, a qual, previsivelmente, se manterá por muitos anos.

Neste aspeto, a realização atempada de poupanças de longo prazo e a contratação de coberturas específicas para este tipo de riscos são aconselháveis, desde já e na medida do possível, naturalmente.

A atividade das empresas de seguros, à sementeira dos demais prestadores de serviços financeiros, pode apoiar os cidadãos preocupados em melhor preparar o seu futuro: seja no que respeita à poupança de longo prazo (p.e., os PPR), seja no plano da cobertura de riscos específicos, através de seguros de doença (gerais ou dirigidos

a doenças ou segmentos populacionais diferenciados) ou de dependência - os quais garantem, regra geral, uma prestação pecuniária regular para financiar as necessidades de pessoas em situação de dependência, isto é, que carecem da ajuda de outrem para realizar as suas atividades da vida diária: lavar-se, vestir-se, comer, etc...

Com uma adequada preparação e com os devidos cuidados tomados a tempo poderemos, desejavelmente, construir o nosso futuro transformando-o numa etapa da nossa vida igualmente digna, razoavelmente autónoma e suficientemente sustentada.

Se ainda não o fizemos, podemos dar agora os primeiros passos, neste ano em que, como referido, celebramos em conjunto o objetivo da promoção do envelhecimento ativo.

- 6 Sobre este relatório
- 8 Mensagem do Presidente
- 10 Um grupo de empresas focadas no cliente e na eficiência
- 18 Números-chave da atividade 2011
- 20 O Grupo Caixa Seguros no mundo
- 22 Flash 2010/2011

1

26 A sustentabilidade nas empresas de seguros do Grupo CGD

- 27 A estrutura que gere a sustentabilidade
- 29 A visão do observador externo
- 30 A transparência e a ética na condução do negócio
- 30 O envolvimento das partes interessadas
- 31 O fecho do ciclo estratégico 2010-2011

2

34 O cliente no centro da atividade das empresas de seguros

- 36 Conhecer melhor o cliente
- 36 Responder com produtos mais práticos e simples
- 36 Proteção e prevenção | Novas formas de proteger o património e as pessoas
- 39 Envelhecimento da população | Promover a literacia e a poupança
- 40 Saúde | Apostar na prevenção ativa
- 41 Inclusão | Proteção em caso de desemprego
- 41 Riscos ambientais
- 42 Prevenção rodoviária

3

46 Projetos transformadores

- 47 Um serviço que mudou o acesso à saúde dos portugueses – Linha Saúde 24
- 48 OK!teleseguros: Inovação ao serviço dos clientes
- 49 Multicare – Primeira seguradora de saúde certificada em Portugal
- 49 Iniciar uma transformação profunda

4

58 Sustentabilidade na gestão

- 59 Desenvolver uma nova estrutura comercial
- 65 Melhorar a qualidade do serviço
- 68 Otimizar o serviço na cadeia de valor
- 74 Melhorar a eficiência dos processos
- 77 Dar ferramentas e desenvolver os colaboradores
- 79 Aliar a responsabilidade social ao negócio
- 82 Colocar a sustentabilidade na ordem do dia

5

88 Projetar o futuro

- 89 Ciclo de compromissos 2012/2013

6

98 Em revista

- 102 Declaração de verificação

Sobre este relatório

Pela segunda vez, as empresas de seguros do Grupo CGD publicam o seu exercício de relato de sustentabilidade, iniciado com a publicação do relatório de 2009. Este novo documento reporta a atividade nas dimensões económica, social e ambiental deste conjunto de empresas considerando o período compreendido entre 1 de janeiro de 2010 e 31 de dezembro de 2011.

Pela responsabilidade assumida entre a primeira publicação e este documento que agora partilhamos, o relatório 2010-2011 dá, por um lado, continuidade à estrutura usada, nomeadamente a sustentabilidade na gestão, e por outro, fala dos projetos transformadores e decisivos nos últimos dois anos para uma revolução nestas empresas.

O âmbito deste relatório, como upgrade do anterior, corresponde ao relato de informação de acordo com o referencial da Global Reporting Initiative versão 3.1 para todas as empresas: Fidelidade Mundial, Império Bonança, Multicare, OK! teleseguros, Cares, Safemode, GEP.

Por uma questão de atualidade e pelo facto de ter sido feito um relato intermédio referente ao ano de 2010, neste documento, os dados destacam o desempenho no ano de 2011, por se tratar de uma realidade mais recente.

Os casos em que se verificaram limitações no cálculo de indicadores encontram-se devidamente assinalados junto dos indicadores.

Auto-Declaração e Verificação Externa

A informação reportada – quer resulte de medições, cálculos ou estimativas – foi submetida à verificação de uma entidade externa, de acordo com o relatório de verificação apresentado no final deste documento, tendo sido atribuído o nível de aplicação B+.

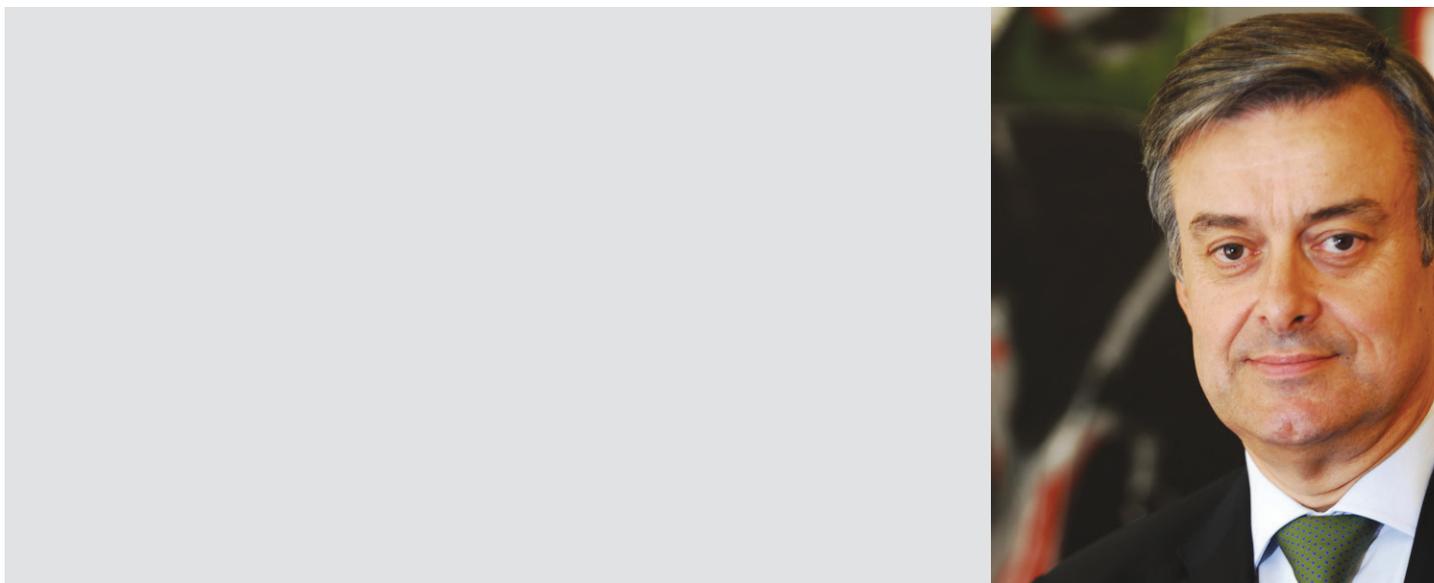
Dúvidas e Esclarecimentos

Pedidos de informação complementares, esclarecimentos adicionais ou sugestões sobre este documento podem ser enviados para: gente.com.ideias@caixaseguros.pt

		A	A+	B	B+	C	C+
Obrigatório	Autodeclaração				●		
Opcional	Verificação por terceira parte				●		
	Verificação GRI						

Mensagem do Presidente

A grave crise que está a atravessar o país está exigir dos cidadãos grandes sacrifícios, com o seu nível de bem-estar a regredir décadas e com a quebra de expectativas de um futuro melhor. Na base desta perda de confiança está a interiorização da fragilidade do Estado para cumprir compromissos, nomeadamente em pensões e cuidados de saúde. A origem desta situação encontra-se na falta de sustentabilidade de compromissos assumidos ao longo dos anos, olhando apenas para os custos e receitas presentes, sem atender ao necessário equilíbrio entre encargos e receitas futuras. Numa palavra, por ter “assegurado” prestações sem seguir os princípios da indústria seguradora, que tem por norma básica que todas as suas responsabilidades futuras estejam sempre financiadas.



O seguro, como combinação sustentável de previsão para o futuro e solidariedade ante o infortúnio, terá um papel importante para retomar a confiança perdida e ganhar produtividade.

Se o seguro é conservador, por natureza, no plano financeiro, também é certo que tem sido inovador em canais, produtos e serviços. O seguro tem-se “modernizado” e as seguradoras da Caixa Seguros têm sido uma peça fundamental deste processo: comercializam-se produtos mais completos, a regularização de sinistros é mais ágil, simples e com maior preocupação com segurados e lesados. Hoje, o seguro é uma atividade mais apreciada socialmente e mais próxima dos cidadãos.

Porém, os desafios para poder prestar os serviços que o Estado não vai poder assegurar são enormes. O principal é melhorar o nível de eficiência que implica redução de custos operacionais e maior proximidade às necessidades específicas dos clientes.

Esta nossa visão das oportunidades levou à definição de um novo conceito de conveniência para o negócio não vida, que exemplificaremos ao longo deste relatório. No que diz respeito à poupança para a reforma, os PPR com prémio periódico (com é o caso do LEVE) são o princípio de um caminho que é preciso aprofundar para darmos resposta às necessidades de poupança, quer individual, quer das empresas.

Inovação, eficiência e clientes são, por isso, os temas centrais que escolhemos para esta segunda edição do nosso relatório de sustentabilidade, pela sua relação e essência com a longevidade e sucesso da nossa atividade.

Este relatório encerra um primeiro ciclo de aprendizagem (2010/2011), que permitiu refletir sobre a relação entre sustentabilidade, responsabilidade social e seguros, ouvir e debater com as nossas partes interessadas para compreender as suas expectativas e iniciar uma mudança cultural, acompanhada por um profundo trabalho de estratégia comercial e revisão da oferta, focada na acessibilidade, simplificação e eficácia dos processos e nas necessidades dos nossos clientes – uma (r)evolução que marcou os dois últimos anos.

Hoje queremos evidenciar os benefícios desta nossa nova abordagem e atitude para os nossos *stakeholders*, clientes e parceiros de negócio. Por esta razão decidimos focar-nos nos produtos, na relação com os clientes e nos processos que garantem a qualidade desta relação ao longo da cadeia de valor, mostrando de que forma se relaciona com as grandes questões sociais atuais e qual o nosso contributo para favorecer a inclusão social, a acessibilidade aos produtos, ou responder às necessidades de saúde dos portugueses e às problemáticas do envelhecimento da população. São estes os temas prioritários da nossa estratégia de atuação e do nosso posicionamento em matéria de desenvolvimento sustentável.

Jorge Magalhães Correia

Presidente Fidelidade Mundial | Império Bonança

Um grupo de empresas focadas no cliente e na eficiência

Um grupo de empresas focadas no cliente e na eficiência. Orientar a atividade para ganhos de eficiência, traduzidos na estrutura interna e sobretudo na satisfação das necessidades do cliente, tem sido uma prioridade transversal a estas empresas. Superar as expectativas é uma exigência. Trabalhar no sentido da melhoria contínua é o desafio constante.



Fidelidade Mundial

Os anos 2010 e 2011 assinalaram uma fase pós-ActivAction, um programa estruturante nas companhias, que alterou, em alguns casos de forma profunda, o modo como a Fidelidade Mundial e a Império Bonança se querem posicionar no mercado.

A realidade tem evoluído e dado lugar a um maior foco no cliente e nas suas necessidades. Este reposicionamento teve um impacto significativo a nível interno, resultando numa maior interligação entre as áreas de subscrição e as áreas de desenvolvimento e gestão de produto. Ainda a nível interno, verificou-se um novo enfoque no apoio às redes de distribuição comerciais com o objetivo de atingir uma maior eficiência organizacional.

A contínua procura da excelência do serviço implicou uma concentração de carteiras, assim como um processo de “redinamização” da maioria dos mediadores ativos, impactando diretamente nos seus procedimentos diários e na sua organização de trabalho. Neste âmbito, foi



Império Bonança

lançada a newsletter ON TIME, que se traduziu num meio de comunicação de fácil utilização e informação útil para o desempenho da atividade. Este novo meio de comunicação contém novidades sobre produtos, linhas de atuação e de orientação comercial, informação sobre os serviços e sobre a atividade da empresa de seguros e notícias de caráter institucional.

A posição de líder do mercado acarreta a responsabilidade de trilhar novos caminhos para o sucesso das companhias e tal como no último biénio, a Fidelidade Mundial e a Império Bonança irão continuar a primar pela constante procura da melhoria dos processos, da criação de valor e de um cada vez melhor envolvimento com as partes interessadas.

Jorge Magalhães Correia,
Presidente

Fidelidade Mundial e Império Bonança

Empresas de Seguros, integradas num dos maiores Grupos Financeiros do mercado português – CGD, e líderes de mercado, nos ramos de seguros vida e não vida.

Missão

Consolidar a posição de líder de mercado, através da oferta de produtos, da prestação de serviços de qualidade e do contributo para a criação de valor em conjunto com todas as entidades que se relacionam com a empresa.

N.º Colaboradores (2011)

3.009

Volume Negócios (2011)

3.917.541.000 €



Os anos de 2010 e 2011 podem ser caracterizados como anos de consolidação na Multicare.

Consolidámos a posição de líder de mercado, consolidámos a tendência de redução de sinistralidade e, sobretudo, consolidámos o posicionamento de responsabilidade para com o Cliente, através de políticas, produtos e medidas concretas.

Desde logo, a obtenção de Certificação da Qualidade como garante de uma atitude de melhoria contínua no serviço ao Cliente, é disso o maior exemplo. Reforçámos a mensagem de prevenção e adoção de hábitos de vida saudáveis. Esta mensagem foi reforçada quer externa, quer internamente através de diversas iniciativas.

Sempre atentos às expectativas e necessidades dos Clientes, e tendo em conta as circunstâncias socioeconómicas, inovámos com a proteção ao pagamento de prémios em caso de desemprego, o desconto para desportistas, o plano de

medicinas integradas que possibilita o acesso às terapêuticas não convencionais, o aumento de capitais mínimos e máximos na cobertura de internamento para que esta possa efetivamente responder às situações mais graves de doença.

Também na preservação do ambiente demos alguns passos, ao incentivar cada vez mais a utilização dos meios remotos de comunicação, como a internet e o mobile.

Embora satisfeitos com o trabalho desenvolvido neste período, enfrentamos com determinação os desafios dos próximos tempos.

**José Nunes Coelho,
Presidente**

Multicare – Seguros de Saúde

Marca do Seguro de Saúde do Grupo CGD que apresenta diferentes soluções de planos para as Famílias e Empresas

Missão

Gerir sistemas de saúde associados a seguros, contribuindo para o crescimento e rentabilidade do Grupo CGD na área dos Seguros de Saúde, com o objetivo de manter e consolidar a liderança neste segmento de seguros

N.º Colaboradores (2011)

186

Volume Negócios (2011)

177.348.359 €



Na Via Directa temos introduzido de uma forma gradual a Sustentabilidade como um pilar na construção dos nossos produtos, bem como na melhoria das nossas práticas internas.

Em 2010 na marca OK! teleseguros lançámos a campanha OK! Prevenção, que pretendia consciencializar a população para o risco na estrada e promover a sua redução. Esta campanha multimeios mostrava, com algum humor, que é indispensável a proteção na estrada e como poderíamos oferecer as “melhores formas de se defender na estrada”, integrando coberturas adicionais para aumentar a proteção em caso de sinistro e sorteando cursos de condução defensiva entre os Clientes que contratassem um seguro automóvel no âmbito da campanha.

Também promovemos ao longo dos últimos dois anos a adesão à área privada do site da Ok! teleseguros, com vista a reduzir os custos ambientais e operacionais de emissão de documentação para os Clientes, através de ações

de promoção junto da nossa carteira, com bons resultados, já se encontrando registados cerca de 20% dos nossos Clientes.

Ao nível das práticas internas, adotámos critérios mais rigorosos de emissão de CO2 no que respeita à frota da companhia, criámos programas internos de sensibilização dos colaboradores para a impressão de documentos só em casos estritamente necessários, e colaborámos em programas de reciclagem de tinteiros e papel.

Carlos Leitão,
Administrador-delegado

OK!teleseguros

Seguradora vocacionada para a venda através dos canais telefónico e Internet, sob a marca OK! teleseguros

Missão

Proporcionar um serviço de excelência aos clientes, tornando o Seguro um produto simples e acessível, através da prática de preços competitivos

N.º Colaboradores (2011)

110

Volume Negócios (2011)

41.591.147 €



A pressão competitiva do mercado obriga a um exercício diário de investimento na eficácia e na eficiência dos processos de trabalho. A prática reiterada deste exercício conduziu a otimizações virtuosas que incrementaram a qualidade do serviço prestado em associação com a redução de custos. A implementação do sistema de GPS veio permitir o envio dos meios de assistência de forma orientada e inteligente ao local da ocorrência, traduzindo-se esta eficiência na satisfação dos Clientes uma vez que são assistidos com maior rapidez, minorando transtornos pessoais, e numa redução no custo médio por processo, no que se refere aos gastos com os meios acionados por via da diminuição do número de quilómetros efetuados.

Numa atividade dinâmica e exigente como é a assistência, em que cada produto tem características muito distintas, tornou-se primordial documentar exaustivamente as práticas operacionais, por forma a garantir a conformidade e a homogeneidade de todas as áreas e pessoas envolvidas na prestação do serviço. A adoção a todos os

níveis da organização das práticas de qualidade da norma ISO 9001, traduziu-se objetivamente num maior grau de satisfação dos nossos Clientes na avaliação global do serviço prestado, cifrando-se no início de 2010 em 81,0% e no final de 2012 em 85,7%, com a taxa de reclamações a descer para metade.

Luís Alves,
Administrador-delegado

CARES Companhia de Seguros

Empresa líder de mercado em Portugal, especializada em serviços de assistência e proteção jurídica

Missão

Assumir riscos que são regularizados em espécie tendo que garantir, na prestação dos serviços inerentes à sua atividade, soluções baseadas em processos ágeis, eficazes e sempre inovadores, que permitam responder às necessidades e expectativas dos seus clientes, a custos competitivos.

N.º Colaboradores (2011)

161

Volume Negócios (2011)

35.864.639 €



Os dois últimos anos foram particularmente ricos para a Safemode, começando pela sua própria mudança de denominação. Não renegando a nossa origem e mantendo a mesma denominação social – EAPS - Empresa de Análise Prevenção e segurança, S.A. - aparecemos no mercado com esta nova marca Safemode que é por si própria auto – explicativa: trabalhar ela própria em “Safe Mode, e promover nos clientes o viver em Safe Mode - ou seja, viver em modo seguro!

Os novos serviços em que entramos, como as Análises de Risco Ambiental, as Quantificações de Risco Ambiental assim como as novidades Safelife – Desenvolvimento de Competências em Segurança e Safeplace – Gestão das Medidas de Autoproteção, conduzem a capitalizar cabalmente os vários pilares da Sustentabilidade dentro das Organizações: são os produtos mais completos no mercado, capazes de diminuir a frequência e gravidade dos acidentes, minorando o sofrimento individual das pessoas quando vítimas de um acidente e ao mesmo tempo capazes de aumentar de forma significativa a

rentabilidade das organizações. Nunca como hoje, a máxima da Safemode – Gerir Segurança, Gerar Valor – constituiu um desafio tão profundo nas Organizações em Portugal, onde o ambiente macroeconómico desafia todos a encontrar formas de otimizar e rentabilizar as atividades no profundo respeito pelas Pessoas e pelo Ambiente.

Ramiro Martins,
Administrador-delegado

Safemode – Protecção de Pessoas, Património e Ambiente

Prestadora de serviços vocacionada para a consultoria, projetos e auditoria técnica no âmbito da Prevenção, Protecção e Segurança das Pessoas, do Património e do Ambiente

Missão

Auxiliar as empresas e organizações a desenvolver uma cultura de segurança conducente à minimização dos danos decorrentes dos acidentes

N.º Colaboradores (2011)

44

Volume Negócios (2011)

2.120.567 €



2010 e 2011 foram anos de grandes transformações na Gep.

Assistimos à consolidação do “saber fazer e saber ser”, fruto do considerável investimento que tem sido feito na formação técnica e comportamental das pessoas.

Este fator tem permitido à Gep, entre outras coisas, alcançar e manter certificações que nos são preciosas, enquanto garantias da qualidade dos serviços que prestamos à Caixa Seguros, como é o caso da certificação dos peritos patrimoniais em danos em edificações, pelo CICCOPN, a certificação dos peritos de automóvel, pelo Centro de Zaragoza, e a certificação da Gep na área da Qualidade.

Por outro lado, também temos trabalhado afincadamente na melhoria contínua dos níveis técnicos da nossa prestação de serviços, como, por exemplo, a redução substancial dos tempos de conclusão das peritagens e a redução dos valores orçamentados para indemnização.

Em paralelo, implementámos o projeto “humanização do perito”, através do qual se fomenta o contato direto entre estes e os clientes da Caixa Seguros, sob a égide do rigor, da transparência e da independência técnica, o que constituiu, por um lado, um referencial importante e, por outro, um fator de diferenciação clara, relativamente às habituais práticas do mercado segurador.

Com estas iniciativas e outras de semelhante importância, julgamos ter encontrado novos caminhos que nos permitirão preservar e enriquecer sustentadamente, o capital humano e ao mesmo tempo, gerar valor aos acionistas.

Francisco Salvador,
Administrador

GEP – Gestão de Peritagens

Empresa de Peritagens Automóveis e Patrimoniais e de Averiguações das Seguradoras do Grupo Caixa Geral de Depósitos

Missão

Procurar de forma continuada a satisfação das necessidades, requisitos técnicos e regulamentares e expectativas dos seus Clientes, através do permanente aperfeiçoamento dos seus serviços, da evolução do seu corpo Técnico e de Gestão, da implementação de atualizações tecnológicas, do aumento da produtividade e da diminuição dos custos operacionais, através da adoção das melhores práticas de negócio.

N.º Colaboradores (2011)

32

Volume Negócios (2011)

20.008.323 €





Números-chave da atividade 2011

4.194,5M€



Total recebido da sociedade

320.000€



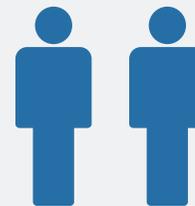
Investimento na Comunidade

1.352



N.º de Agências CGD

89

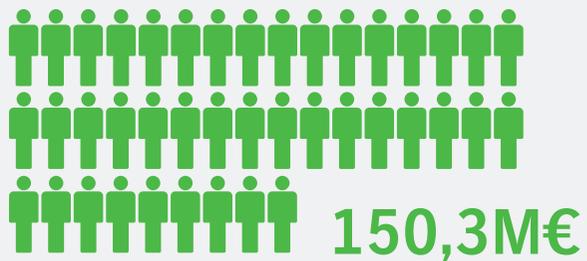


N.º de Agências de clientes

61



N.º de Centros de Mediadores



Colaboradores (em salários e outros benefícios)

89,1M€



Mediadores

123,1M€



Fornecedores



8,2 ton CO₂eq

Emissões GEE

11,6M€



Estado

5,1M€



Bancos

736



Estações CTT

O Setor em Revista

- Desafio no Ramo Vida devido a reorientação estratégica das poupanças para o setor bancário: produtos como o PPR sofreram uma queda de 60% em detrimento de outros produtos como os depósitos a prazo.

- Oportunidade de alavancar dois produtos - seguros de saúde e PPR - através do setor empresarial, incentivando as empresas a contratarem estes produtos para os seus colaboradores.

- Característica diferenciadora do setor mantém-se: uma maior devolução à sociedade do que aquilo que recebe em prémios.

O setor em 2011

79

Companhias

7,5 mil M€

Ramo Vida

Principais produtos: seguros de Vida e seguros ligados a Fundos Investimento.

Características: produtos com menos risco e maior capitalização.

4,1 mil M€

Ramo Não Vida

Principais produtos: acidentes de trabalho, doença e automóvel.

Características: produtos com maior risco e aumento anual das taxas de sinistralidade.

Valores consolidados referentes às sete empresas seguradoras do Grupo Caixa Geral de Depósitos.

O Grupo Caixa Seguros no mundo

As empresas de seguros do Grupo CGD marcam uma presença sólida nos mercados europeu, asiático e africano, com atividade em cinco países e com cerca de 120 colaboradores.

Posicionam-se como parceiros de referência no setor segurador, preparadas para apoiar as empresas portuguesas no seu processo de internacionalização e encontram-se particularmente vocacionadas para operar no canal de banca-seguros, através das redes da Caixa Geral de Depósitos no estrangeiro. O grupo segurador é ainda membro do *International Network of Insurance*, assegurando, através de parceiros, coberturas em mais de 80 países.

O principal *driver* da internacionalização é a AFINIDADE, como valor permanente e garante da sustentabilidade das relações com o mercado e os *stakeholders*, ou seja, países onde a presença da língua, da cultura, das comunidades e das empresas portuguesas é importante.

Com reflexo no desenvolvimento sustentado da atividade é promovido, ao nível da GESTÃO, o desenvolvimento de sinergias intra-grupo que visam a otimização da utilização do capital, a eficácia das operações e a promoção de negócios, com respeito pela identidade das organizações nos mercados onde atuam, estimulando desta forma a criação de valor e a diversificação do risco.

As boas práticas existentes no Grupo Segurador, com benefício social e económico, são objeto de intercâmbio entre os colaboradores e partilhadas nos mercados onde o Grupo Segurador marca presença. Para dinamizar a multiculturalidade e o conhecimento mútuo foi criado um espaço de partilha interno - We@World:

We - Nós, o nosso grupo, a nossa tribo
 @ - Símbolo tipográfico, abreviação da palavra inglesa at. Significa "em" ou "no".
 World - Mundo, Planeta, Terra...

É nesse espaço de partilha que o Grupo Segurador promove a atividade em Portugal e no estrangeiro, e dá a conhecer o que mais relevante se observa nos diversos mercados.



Flash 2010/2011

Primeiro encontro de mediadores FM e IB



Fidelidade Mundial distinguida como marca de excelência e prestígio, em reconhecimento das suas iniciativas de responsabilidade social – PRÉMIO WORLD LIFESTYLE 2010



Fidelidade Mundial ganha a 2.ª edição dos Prémios Marketeer, na categoria Seguros – PRÉMIOS MARKETEEER 2010



Lançamento do website externo do Programa de Responsabilidade Social das Empresas de Seguros do Grupo CGD



Jan 2010



Certificação da Cares segundo a ISO 9001, tendo até ao momento sido submetida com sucesso a 3 auditorias de continuidade



Fidelidade Mundial reeleita Marca de Confiança em Portugal na categoria Companhias de Seguros, segundo o estudo “European Trusted Brands” – MARCA DE CONFIANÇA 2010

ENGAGEMENT RATING 2010

Fidelidade Mundial ocupa o 10.º lugar da classificação nacional no Engagement Rating Portugal 2010 e é a primeira seguradora a nível ibérico – ENGAGEMENT RATING PORTUGAL 2010

Fidelidade Mundial ganha a 3.ª edição dos Prémios Marketeer, na categoria Seguros – PRÉMIOS MARKETEEER 2011



Multicare é a 1.ª seguradora do ramo saúde com a Certificação Completa na área da Saúde



Renovação da certificação da Cares de acordo com a ISO 9001, com zero não conformidades



Gente com Ideias na Conferência do BCSO Portugal – Implementar a sustentabilidade



Dez 2011



Fidelidade Mundial novamente reeleita Marca de Confiança em Portugal na categoria Companhias de Seguros – MARCA DE CONFIANÇA 2011



Fidelidade Mundial distinguida como “Melhor Grande Empresa de seguros Vida” em Portugal nos prémios da Exame e da Deloitte para o setor financeiro – MELHOR GRANDE EMPRESA DE SEGUROS VIDA 2011



PRÉMIO WEBSITE OK – AGILITY AWARD – A OK! telegueros é a primeira empresa portuguesa a receber um Agility Award



‘Gente com Ideias em 60 segundos’ vencedor da categoria Boletim e Newsletter do Grande Prémio de Comunicação da APCE 2011



Como nos organizamos? Como trabalhamos? De que forma definimos prioridades? Com que nos comprometemos? Gerir a sustentabilidade é um processo de integração na atividade e na oferta dos desafios sociais e ambientais que mais impactam os setores.



1. A sustentabilidade nas empresas de seguros do Grupo CGD



Estruturar a gestão do desempenho foi uma prioridade no encerramento do primeiro ciclo estratégico e no início de um novo. A ética na conduta empresarial e o diálogo com as partes interessadas são ingredientes certos neste trabalho de aprendizagem. E à semelhança do primeiro exercício de *reporting*, não podemos deixar de fora uma reflexão sobre a nossa oferta e a sua relação com temas setoriais que estão na ordem do dia.

A estrutura que gere a sustentabilidade

Conscientes da responsabilidade de publicar o seu primeiro exercício de *reporting* em 2010 (relativo ao desempenho de 2009), este grupo de empresas deu em 2011 mais um passo no sentido de estruturar a *governance* para estas temáticas. A dimensão do grupo traz consigo desafios acrescidos no que toca à gestão do desempenho e ao desenvolvimento da estratégia.

Assim, foi criado um comité de sustentabilidade das Empresas de seguros do Grupo CGD, com a missão de acompanhar e monitorizar os compromissos em matéria de sustentabilidade, apoiando a reflexão estratégica dos desafios transversais e o *reporting* cada vez mais abrangente do desempenho económico, social e ambiental de todas as empresas representadas.

Envolvimento estratégico Comité de Sustentabilidade

12 Diretores FM (Fidelidade Mundial) e IB (Império Bonança)

5 Administradores das empresas participadas

Envolvimento no levantamento de informação | Focal points

32 Colaboradores

Envolvimento na mobilização | Equipa Gente com Ideias

Aproximadamente 30 colaboradores

Comité de Sustentabilidade



Responsabilidades Comité de Sustentabilidade

- Elaborar e atualizar anualmente a estratégia de sustentabilidade;
- Propor os processos e ações a implementar no âmbito da estratégia;
- Adaptar e supervisionar políticas relevantes na temática da sustentabilidade;
- Acompanhar e monitorizar o plano de ação para o cumprimento da estratégia;
- Rever e avaliar o desempenho de sustentabilidade, através dos indicadores de desempenho;
- Acompanhar estrategicamente as iniciativas no âmbito do plano de ação em curso;
- Monitorizar os mecanismos de envolvimento com *stakeholders* e o cumprimento dos objetivos propostos;
- Acompanhar tendências, com base em *benchmark* e estudos.

foi criado um comité de sustentabilidade das seguradoras do Grupo CGD, com a missão de acompanhar e monitorizar os compromissos em matéria de sustentabilidade

Mobilizar para a Sustentabilidade



O comité de sustentabilidade é constituído por representantes de todas as empresas que subscrevem o Programa de Responsabilidade Social Gente com Ideias – Fidelidade Mundial, Império Bonança, Multicare, OK! teleseguros, Safemode, Cares, GEP – e de algumas direcções no caso da Fidelidade Mundial e da Império Bonança, com o intuito de se garantir o acesso à abrangência da estrutura .

Paralelamente foi criada uma equipa de *focal points* – cerca de 30 colaboradores – que hoje são responsáveis pelo levantamento de informação de desempenho económico, social e ambiental e de temas específicos das empresas. Estas novas estruturas aliam-se assim à equipa Gente com Ideias, que tem a missão de dinamizar e mobilizar os colaboradores para a temática.

A criação do Comité de Sustentabilidade e da equipa de focal points foi um “upgrade” natural a todo o caminho percorrido até aqui, desde 2007, e surgiu como a resposta certa à nossa vontade de trabalhar o exercício de prestação de contas e refletir sobre o posicionamento destas empresas de uma forma mais consolidada e transversal.

Parece-nos que no caminho que temos pela frente, quanto maior for a capacidade e o envolvimento de todos os que colaboram nestes trabalhos, mais bem-sucedido será o resultado final. Por isso, continuamos a apostar na comunicação e no envolvimento das pessoas em torno das temáticas, promovendo momentos de formação, criando situações pedagógicas, tudo porque a sustentabilidade nestas empresas assume, como é visível neste relatório, as mais variadas expressões.

Contamos por isso com todos, membros do comité, grupo de focal points, equipa Gente com Ideias e claro, todos os colaboradores, para que o nosso contributo para a sociedade e para as nossas partes interessadas seja cada vez melhor e tenha mais impacto junto da comunidade envolvente.

Ana Fontoura, Coordenadora do Programa de Responsabilidade Social das Empresas de Seguros do Grupo CGD – Gente com Ideias



A visão do observador externo

Como motivar os colaboradores para os temas do Desenvolvimento Sustentável, quer a nível profissional, quer a nível pessoal e Como garantir a identificação de todos com a estratégia de sustentabilidade de uma empresa foram os dois desafios que estiveram na génese do grupo Gente com Ideias, que tenho o privilégio de acompanhar desde o seu lançamento enquanto “observador externo”.

Passados 5 anos desde o seu lançamento, penso que é seguro afirmar-se não só que foi um projeto que respondeu positivamente a estes desafios como continua a ser um projeto que manteve bem ativo o eixo crucial inicial: mobilização para a sustentabilidade das diferentes empresas do Grupo.

Às ações de sensibilização iniciais seguiram-se, naturalmente, ações de gestão e reporte da sustentabilidade que levaram à criação de novas estruturas internas como o comité de sustentabi-

lidade e os focal points que complementam o Gente com Ideias. Estas estruturas são não só um excelente exemplo de como se pode gerir eficazmente a sustentabilidade interna e externa, como também um exemplo de como se podem ir criando novas ferramentas adequadas ao nível de maturidade das empresas.

Este é seguramente um excelente caso que demonstra o círculo virtuoso da comunicação da sustentabilidade: a mobilização inicial deu relevância interna ao tema, que criou sensibilidade nos restantes colaboradores, que reforçou a importância do tema para a gestão, que influenciou o comportamento dos outros colaboradores, que se traduziu em benefícios objetivos, quer profissionais quer pessoais, que reforçaram a importância do tema para outras empresas e famílias...

Helena Gonçalves, Docente, investigadora e consultora em Ética e Sustentabilidade Empresarial, Católica Porto Business School



A transparência e a ética na condução do negócio

O mercado segurador, tal como todo o mercado financeiro em geral, é hoje altamente competitivo e regulamentado. Neste contexto, a conduta ética e profissional dos colaboradores da Caixa Seguros é seguramente um fator determinante de diferenciação e sucesso. Os princípios de conduta ética e profissional que orientam a atividade refletem a visão e os valores destas empresas e, conseqüentemente, traduzem o comportamento esperado de todos os seus colaboradores.

Os valores que norteiam a atividade destas empresas são:

– **Orientação para os resultados:** esforços, competências e experiências focados na liderança do mercado e na obtenção de maiores níveis de rentabilidade.

– **Compromisso com o cliente:** otimização da angariação e fidelização de clientes, obtendo rapidez e eficiência.

– **Compromisso com a mudança:** cultura de melhoria contínua e estímulo ao auto-desenvolvimento para adaptação às mudanças do mercado.

A integridade, a procura da excelência, a cultura de compromisso e o rigor são metas de desenvolvimento contínuo das empresas de seguros do Grupo CGD.

Princípios de Conduta Ética e Profissional

Diligência	Recetividade/abertura
Lealdade	Declarações públicas
Proteção de recursos	Informação privilegiada
Confiança	Conflito de interesses
Transparência	Dignidade e cidadania
Imparcialidade/justiça	Solvência individual
Sigilo	

O envolvimento das partes interessadas

As tendências do mercado e as necessidades próprias do negócio têm levado a uma gestão da relação com as partes interessadas mais focada e relevante, sobretudo com os grupos que são particularmente críticos para o desenvolvimento das operações. Assim, o foco em 2010 e 2011 assentou nos clientes e nos mediadores, enquanto parceiros de negócio de valor inestimável.

Para além das ferramentas de envolvimento correntes, os dois últimos anos foram marcados por um trabalho profundo para apurar a satisfação dos clientes em diversas novas vertentes e por um trabalho de continuidade consistente, por um lado, e inovador, por outro, junto dos mediadores.

No futuro, a abrangência dos estudos a clientes será aprofundada e a continuidade dos estudos a mediadores será assegurada de forma consistente.

Partes Interessadas

Acionista	Mediadores
Clientes	Terceiro setor
Colaboradores	Organização
Corretores	setorial
Fornecedores	Peritos
Media	Regulador

O fecho do ciclo estratégico 2010-2011

Uma vez finalizado o ciclo estratégico 2010-2011, apresentamos o status do cumprimento dos compromissos assumidos em 2010.

Ao longo deste relatório apresentamos os compromissos-chave com que nos comprometemos, com o intuito de melhorar progressivamente o desempenho das Empresas de seguros do Grupo CGD.

Questão	Eixos de Atuação	Resumo do Cumprimento
Integração da sustentabilidade nos produtos	Envelhecimento da população Saúde e estilos de vida saudáveis Ambiente e Alterações climáticas Inclusão social	Foram lançados 10 novos produtos dentro destes eixos de atuação. Por razões estratégicas abandonou-se o desenvolvimento de 4 produtos.
Qualidade de serviço e capacidade de resposta	Formação dos mediadores Empreendedorismo Diálogo e comunicação com os mediadores Envolvimento dos mediadores Gestão das reclamações	O Grupo Caixa Seguros cumpriu com todos os compromissos assumidos.
Transparência	<i>Compliance</i> Arbitragem e resolução de conflitos	Alguns ajustamentos nos compromissos assumidos no âmbito da compliance foram redimensionados. Por razões estratégicas, abandonou-se a atualização do manual de compliance. Ao nível da arbitragem e resolução de conflitos o Grupo Caixa Seguros cumpriu com todos os compromissos assumidos.
Revisão da estratégia de comunicação da sustentabilidade do Grupo	Comunicação da sustentabilidade externa Comunicação da sustentabilidade interna	O Grupo Caixa Seguros cumpriu com todos os compromissos assumidos
Gestão de recursos	Gestão ambiental interna Sensibilização ambiental interna Utilização das plataformas ADN	Ao nível da Gestão ambiental interna e da sensibilização ambiental interna, foram cumpridos 7 compromissos, encontrando-se em desenvolvimento mais 2. O tema relacionado com a melhoria do desempenho energético dos edifícios contou com 3 dos 4 compromissos que não foram cumpridos. Ao nível da utilização das plataformas ADN, o Grupo Caixa Seguros cumpriu com todos os compromissos assumidos.
Impacto na cadeia de valor	Sustentabilidade nas oficinas	O Grupo Caixa Seguros cumpriu 2 dos 4 compromissos assumidos. Os compromissos não cumpridos estão relacionados com o incentivo à implementação de boas práticas pelas oficinas.
Investimento na comunidade	Estruturação do investimento na comunidade	O Grupo Caixa Seguros cumpriu 5 dos 7 compromissos assumidos. Os compromissos assumidos não cumpridos estão relacionados com a análise de viabilidade do produto microsseguro e com a percentagem do aumento da Bolsa de Voluntários.
Colaboradores	Retenção de talentos Envolvimento dos colaboradores Clima organizacional	O Grupo Caixa Seguros cumpriu 6 dos 7 compromissos assumidos. O compromisso assumido não cumprido está relacionado com a não realização do inquérito de clima organizacional FM/IB.
Cultura	Promoção da cultura	O Grupo Caixa Seguros cumpriu com todos os compromissos assumidos.



Que relação queremos criar com o nosso cliente? Que novas necessidades tem? Como podemos adequar a nossa oferta? Colocar o cliente no centro da atividade implica uma mudança na visão do negócio e uma orientação para elevados níveis de satisfação de segurados, terceiros e lesados.



2. O cliente no centro da atividade das empresas de seguros



Os últimos anos foram marcados por um processo de (r)evolução na forma de relacionamento com os clientes e de organização interna. Quatro eixos têm orientado a estratégia comercial: o primeiro, transversal a todas as empresas do Grupo, é o foco no cliente e nas suas necessidades.

De forma natural as companhias têm vindo a ajustar os seus processos internos e atuação no mercado numa focalização ao cliente e à satisfação das suas necessidades, adotando, por esta via, um mais estreito relacionamento que as novas tecnologias vieram potenciar, não deixando, contudo, de contar com a intervenção dos canais de distribuição e, em particular, com a rede de mediação.

Trata-se de uma efetiva mudança na visão do negócio, que evolui de uma orientação para o produto, como existia nas empresas de seguros tradicionais como as nossas, para uma orientação para o cliente, em que todas as iniciativas têm como preocupação alcançar um elevado nível de satisfação de segurados, terceiros e lesados.

A disponibilização de novos produtos e a renovação dos existentes, a reorganização da rede comercial, capacitando-a de novos instrumentos de trabalho, e a excelência na prestação dos serviços, de que se destaca a regularização dos sinistros, constituem eixos de atuação que melhor concretizam esta visão estratégica, à qual naturalmente se encontra associado um estilo de comunicação diferenciador.

Por isso se compreende que as ações de relacionamento com os clientes representaram um investimento muito relevante para o Grupo.

Os outros eixos de desenvolvimento relacionam-se com problemáticas sociais atuais que impactam substancialmente na atividade empresa de seguros e que se tornaram ainda mais relevantes no atual contexto económico: estas problemáticas foram evidenciadas no primeiro relatório de sustentabilidade, em que se destacavam as questões estratégicas sobre as quais se devia atuar.

Hoje existem condições para concretizar este compromisso de mitigação dos impactos sociais relacionados com as questões da inclusão social e da acessibilidade, da evolução demográfica e do envelhecimento da população, e, igualmente, dos desafios representados pelo aumento das doenças crónicas relacionadas com os estilos de vida atuais.

**todas as iniciativas têm
como preocupação
alcançar um elevado nível
de satisfação de segurado,
terceiros e lesados**



Conhecer melhor o cliente

Há cerca de dois anos foi desencadeado um trabalho profundo de análise e desenvolvimento de uma visão integrada por cliente, disponibilizada para potenciar a obtenção de uma melhor e mais adequada informação sobre estes, bem como para servir de ferramenta de atuação comercial nos diferentes pontos de contato com o cliente.

O grande objetivo desta nova abordagem é desenvolver o conhecimento dos clientes permitindo determinar, com um maior grau de eficácia, a oferta que mais se ajusta ao seu perfil e às suas necessidades, bem como outras ações estratégicas, por exemplo, campanhas especificamente direcionadas para um grupo de clientes-alvo.

Daí ter-se assistido ao aproveitar das oportunidades que foram identificadas as quais, partindo do conhecimento do cliente, permitiram melhor ajustar as estratégias comerciais e de marketing.

Assim, foi possível introduzir o conceito de ciclo de vida do cliente no modelo de relação comercial, alavancar os momentos de contacto com os clientes, de modo a criar uma relação mais eficaz, focalizar os recursos em ações de fidelização e de desenvolvimento da atenção ao cliente, levando a que o seu comportamento muitas vezes reativo, caracterizado pela noção de que “o seguro é obrigatório”, assumisse uma atitude proativa com o efetivo sentimento de que “o seguro protege-me”.

Inovar na simplificação

Subscrição on-line:

através do site www.multicare.pt, é agora possível subscrever um seguro de saúde on-line e escolher o Plano de Saúde mais conveniente ou ainda adquirir um cartão *Activcare*, evitando assim deslocações ao mediador ou à agência e sem a habitual papelada inerente à subscrição de um seguro.

Mobile:

também em linha com o posicionamento de inovação, a Multicare lançou um novo serviço de informação on-line para acessos através de telemóvel e *smartphone*, permitindo pesquisar de forma gratuita informação atualizada sobre os serviços e rede Multicare, inclusive sobre marcações, autorizações médicas e reembolso de despesas.

Responder com produtos mais práticos e simples

A acessibilidade é o ponto-chave dos exemplos e da nova abordagem ao cliente. Quer através de plataformas mais práticas, quer pelos próprios produtos, mais simples na apresentação dos termos, nos detalhes da contratação e no próprio preço. Preocupações que estão cada vez mais presentes na oferta das empresas de seguros do Grupo CGD.

Proteção e prevenção | Novas formas de proteger o património e as pessoas

Para ajustar a oferta às necessidades de proteção do património e de atuação ao nível da prevenção, as empresas de seguros do Grupo CGD têm trabalhado várias soluções para o cliente, sendo a preocupação com a simplificação um elemento frequente.



Pack Recheio – FM e IB

Produto de multirriscos habitação que permite ao cliente segurar o recheio da habitação de uma forma simples e rápida, com um valor definido à partida.

Inclui um vasto conjunto de coberturas que protegem os bens do segurado contra os principais riscos a que a habitação está sujeita (incêndio, tempestades, danos por água, entre outros), garantindo também responsabilidade civil extracontratual por danos causados a terceiros.

Comercializado na rede de agências desde setembro de 2009 e na rede da CGD desde julho de 2010.



Safelife – Programa de Desenvolvimento de Competências em Segurança nas Organizações - Safemode

Destina-se a instalar nas organizações uma Cultura e Capacidades de Gestão de Segurança e atua no âmbito da prevenção.

Através de um diagnóstico profundo das condições de segurança, é feita uma avaliação do grau de compromisso ao nível da Política, da Gestão e dos Indivíduos, bem como do grau de empenho e envolvimento da Administração nos processos relativos à Segurança e Saúde no Trabalho, entre outros aspetos.

O diagnóstico inicial permite definir um referencial de comportamento com objetivos claros e tangíveis. Estes conduzirão à eliminação dos acidentes de trabalho, com a consequente preservação dos recursos humanos, bem como das consequências e impactos negativos no processo produtivo, em termos de tempo perdido e custos gerados (diretos e indiretos), melhorando a performance e rentabilidade das organizações, de forma sustentada.



Help-a-home – FM e IB

O Seguro de Assistência Pronto-a-ajudar a sua Casa

Seguro de assistência que apoia o cliente nas reparações e manutenção do lar e na resolução de problemas informáticos: rede de profissionais a preços convencionados, assistência à escolha e serviços de qualidade garantida.

O seguro é vendido através de um pack físico, onde o cliente encontra toda a informação relevante.

Lançado já em 2012.



Ok! Casa
O Seguro de Assistência Pronto-a-ajudar a sua Casa

Salvaguarda de uma forma abrangente os riscos que envolvem a habitação de uso particular.

Disponível em três modalidades: Simple, Plus e Exclusive.

Esforço de simplificação da oferta e dos termos associados ao produto para o tornar mais claro e acessível à maioria dos clientes.

Lançado já em 2012.



Help-a-Car – FM, IB e OK!teleseguros

Simplificar a vida ao cliente, através de um serviço rápido, cómodo e simples que concentra num único local – a oficina – todas as etapas para a resolução de um sinistro automóvel é o principal objetivo deste produto.

O serviço Help-a-Car, lançado pelas empresas de seguros do Grupo em julho de 2011, já está disponível em 13 centros espalhados pelo País, estando prevista a implementação de uma rede de centros mais alargada.

Em 2012 o Help-a-Car vai ser alargado a mais oficinas, reforçando a cobertura geográfica e a capacidade de resposta a uma procura que se espera crescente, dadas as vantagens proporcionadas aos beneficiários.



Safeplace – Gestão de Medidas de Autoproteção - Safemode

Focado na proteção do Património das empresas, o serviço Safeplace permite desenvolver e otimizar a aplicação de medidas de autoproteção.

Este programa pode ser implementado sob 2 modalidades. A primeira destina-se às empresas que já possuem medidas de autoproteção e têm como objetivo garantir a manutenção da atualização destas medidas, promovendo a melhoria contínua em segurança. Uma segunda modalidade, destina-se às empresas que ainda não desenvolveram as medidas de autoproteção.

Lançado já em 2012.



Seguro de Casa FM e IB

Metade das famílias em Portugal corre o risco de ficar sem nada se houver um acidente, uma calamidade ou se forem assaltadas. Este seguro tem três planos de proteção dos bens, assistência ao lar 24 horas, soluções acessíveis e descontos.

Lançado já em 2012.



Envelhecimento da população | Promover a literacia e a poupança

A problemática da reforma e do envelhecimento da população tem conduzido inevitavelmente à promoção da literacia financeira e da poupança. Entre várias formas possíveis de o fazer, a FM e IB optaram por um caminho de positividade onde conjugam o conforto e o otimismo presente com a segurança futura.

Programa Consciência Leve

Foca-se em três grandes projetos: o prémio “Innovation In Retirement Award”, o ICR – Índice Consciência Reforma e o site Consciência Leve.

Objetivos do Programa Consciência Leve:

- . Avaliar o equilíbrio entre a felicidade do presente e a sustentabilidade do longo prazo, no que respeita à reforma.
- . Estimular a criação de uma nova mentalidade e novos princípios de equilíbrio económico da reforma.
- . Conjuguar o conforto e o otimismo presente com a segurança futura.
- . Suavizar a lógica de extremos, evitando fases de consumismo exagerado e fases de grande austeridade.
- . Transmitir uma mensagem de confiança à sociedade através do investimento na procura de soluções alternativas de poupança.
- . Criar soluções para viver com a alegria da cigarra e com o sentido de poupança da formiga, no melhor equilíbrio de felicidade para cada indivíduo.

- . Contribuir para que a sociedade melhore os níveis de literacia financeira.
- . Incentivar a inovação financeira em soluções de reforma e criar as condições para que exista um maior equilíbrio do sistema.
- . Apostar na disseminação de informação e na ajuda a uma maior consciencialização para as questões da reforma.
- . Reinventar produtos que permitem este equilíbrio, conjugando diferentes conceitos, construindo novos paradigmas de produto e investimento financeiro.



Innovation in Retirement Award

Iniciativa integrada do Programa Consciência Leve, com 33 candidaturas onde surgem temas com abordagens completamente inovadoras sobre a reforma.

O Prémio visa reconhecer e premiar o trabalho académico que se destaque no âmbito da inovação na área da poupança para a reforma. Road-show por 37 universidades e em 16 cidades, com apresentação do prémio em sala de aula e um balcão promocional, bem como a utilização do e-mail e do facebook integraram a estratégia de divulgação do Prémio. Desafio dirigido a alunos e docentes das universidades, com um prémio de 7.000€ atribuído ao grupo vencedor e um estágio profissional. Bolsa de investigação no valor de 3.000€ para o docente que acompanhou o grupo vencedor. Em 2012 terão lugar as entregas de trabalhos de 1.º e 2.º semestre e a apresentação pública dos resultados.



Saúde | Apostar na prevenção ativa

A prevenção ativa é um conceito inovador no mercado, ao permitir ao cliente acompanhar de forma sistemática o seu estado de saúde, sem quaisquer encargos, e saber como tirar o melhor partido do seu seguro de saúde. A cobertura Medicina Preventiva dá um largo contributo para a Sustentabilidade Individual, uma vez que, através do *check-up* trienal é possível detetar alterações do estado de saúde que poderão conduzir à adoção de comportamentos mais saudáveis.

Uma sociedade prevenida é uma sociedade mais saudável e mais sustentável. Adicionalmente, e também em termos da sociedade, os custos associados à prevenção são genericamente inferiores aos custos associados ao tratamento da doença. Mais uma vez e também partindo da responsabilidade que nos advém como maior Grupo português, faz-nos sentido fazermos esse investimento na mudança de paradigma de vida das pessoas, melhorando substancialmente a qualidade das suas vidas futuras.

Pack Família Activcare

Sendo a família um dos conceitos base da Oferta Global de Saúde, foi criada uma forma das famílias terem acesso a cuidados de saúde privados e de qualidade, sempre a preços acessíveis.

Conceito de Pack Família permite a um cliente, com um preço fechado de 164€, ter na sua apólice Activcare Geral 3 a 5 pessoas.



Seguro Mulher – FM e IB

Primeiro seguro de vida em Portugal específico para o público feminino.

Seguro de vida exclusivo criado para mulheres com idades entre os 20 e os 50 anos, para proteção em caso de doenças graves do foro feminino.

Garante o pagamento de um capital em caso de morte, a antecipação de uma parte do capital em caso de diagnóstico de Doença Grave e o acesso a uma segunda opinião médica.

Comercializado desde março 2011.



Medicinas Alternativas

Alargar a rede e prosseguir com a aposta na qualidade de serviços é um dos grandes objetivos da inclusão de um Plano de Medicinas Integradas na sua oferta.

A Multicare foi pioneira no lançamento do Plano Medicinas Integradas, que conjuga a medicina tradicional com a alternativa.

Permite aceder, a preços mais acessíveis, a uma rede de terapêuticas não convencionais (ou alternativas) como a acupuntura, homeopatia, osteopatia, quiroprática e naturopatia, para consultas e tratamentos, entre outros.

Comercializado desde março 2011.

Breves

Fortalecimento da oferta relacionada com oftalmologia, para responder à redução de oferta do Serviço Nacional de Saúde. No futuro, prevê-se a oferta de check-ups oftalmológicos e auditivos a crianças de 5 e 10 anos.

Inclusão | Proteção em caso de desemprego

Dado o contexto atual de crescente desemprego, o tema da inclusão obteve novamente expressão, também ao nível da oferta.



Proteção ao Pagamento de Prémios de Seguro de Saúde

Cobertura inovadora de proteção ao pagamento dos prémios da apólice durante 6 meses, permitindo ao cliente manter o seu seguro de saúde, em situações imprevistas como desemprego involuntário.

Esta nova garantia passou a estar incluída em todos os planos de saúde Multicare adquiridos a partir de 1 de junho de 2011. A garantia é estendida, também, a todas as apólices de Planos de Saúde em vigor, a partir da respetiva data de renovação.

Riscos ambientais

Alertar para os riscos ambientais das atividades, através da implementação de medidas e de comportamentos que visam a prevenção dos riscos inerentes, consciencializando para os efeitos negativos que uma atitude ambientalmente irresponsável pode trazer ao nível da contaminação do meio ambiente envolvente é uma preocupação das Empresas de seguros do Grupo CGD.



Dimensionamento do Risco Ambiental – Prevenção, Garantia Financeira e Remediação

Responde às exigências da Lei de Responsabilidade Ambiental e das suas ações base: a Prevenção, a Garantia Financeira e a Remediação. Para esta última, e complementarmente, pretende-se assegurar a consultoria e acompanhamento na implementação quer das medidas quer da própria reparação dos danos ambientais.

Trata-se de uma solução para auxiliar as empresas no desenvolvimento dos estudos necessários que permitam a avaliação dos seus riscos ambientais, de modo a determinar o tipo de garantia ou garantias a constituir. Paralelamente, as empresas, com um conhecimento prévio e aprofundado dos seus riscos, podem adotar medidas de prevenção e de controlo eficazes, por cenário de risco ambiental.

Desta forma, além de assegurar a sustentabilidade económico-financeira da empresa face a um impacto financeiro gravoso, perante a eventualidade de acidente ambiental, responde à crescente exigência das partes interessadas (*stakeholders*) e comunidade em geral, consolidando assim a sua valia e imagem pública.

No Dimensionamento do Risco Ambiental (DRA), para além de serem classificados e hierarquizados os cenários de acidente, são recomendadas medidas de prevenção para eliminação, redução ou controlo dos fatores de risco presentes, reduzindo a probabilidade de danos futuros e de danos colaterais, com impacto em áreas protegidas e recursos naturais, bem como na saúde pública e na segurança das populações.

A classificação e quantificação do risco de ocorrência de dano ambiental incluem a estimativa da probabilidade de ocorrência e das consequências de um acidente, bem como os respetivos custos associados.

Há ainda um contributo para a consciencialização dos diversos operadores para os riscos inerentes às suas atividades e para o impacto ambiental dos mesmos, bem como para a importância da implementação de medidas para proteção dos recursos e da população, não apenas por questões relativas aos custos associados à reparação de eventuais danos ambientais, mas também pela importância da conservação da biodiversidade, reduzindo a contaminação do ambiente e o seu impacto negativo sobre as comunidades.

Trata-se de um processo ainda em fase de implantação no mercado. O produto está disponível desde 2011.

Prevenção rodoviária

Sendo a sinistralidade rodoviária um tema relevante para as empresas de seguros, o esforço de sensibilização junto dos condutores integra o leque de responsabilidades assumidas.



OK! Prevenção | Pela Redução da Sinistralidade Rodoviária

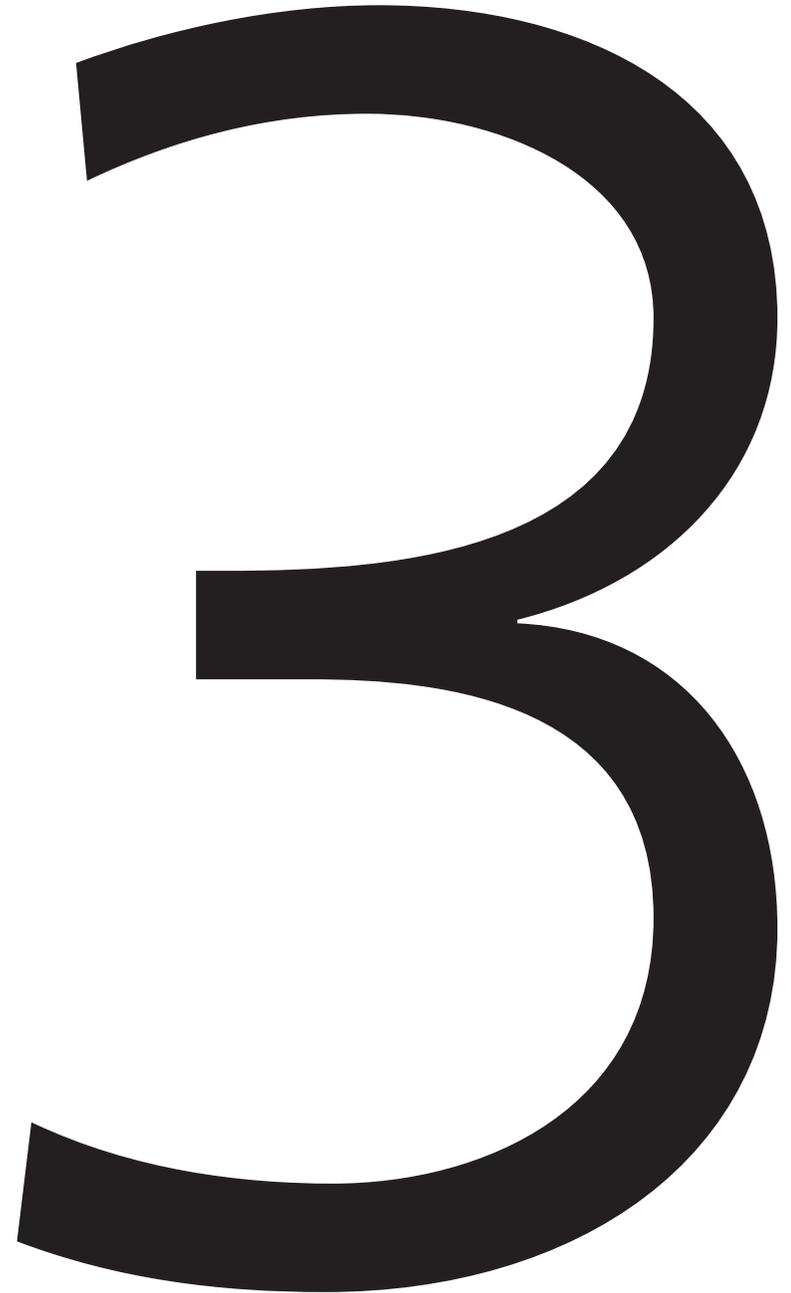
Com o intuito de promover a redução do risco na estrada, a OK! telesseguros levou a cabo a campanha OK! Prevenção, na qual oferecia cursos de condução defensiva aos clientes, contribuindo assim para uma maior consciencialização do risco e melhoria do prémio médio da carteira.

No âmbito da campanha OK! Prevenção, que decorreu entre outubro e dezembro de 2010, os clientes foram convidados a acrescentar um conjunto de coberturas adicionais (para maior proteção) ao prémio base, habilitando-se, assim, a ganhar um curso de condução defensiva.





Como surpreender? Como revolucionar e ir mais além?
Como alavancar a mudança?
Ser líder implica ter coragem de transformar a forma de
trabalhar e desafiar as partes interessadas, numa constante
procura de melhores resultados.



3. Projetos transformadores



Renovar, revolucionar e transformar são palavras de ordem num conjunto de empresas em constante mudança, com projetos estruturais e estruturantes para a atividade do líder. Pensar maior e pensar cliente tem determinado um novo *modus operandi* que partilhamos com todos os que nos têm apoiado e que têm contribuído fortemente para o alcance destes resultados.

Para ilustrar iniciativas emblemáticas, selecionaram-se três casos exemplificativos da dimensão desta transformação. Dois dos exemplos refletem a inovação ao nível de serviço e produto e o outro foca mudanças internas, indispensáveis para suportar a melhoria da oferta.

Um serviço que mudou o acesso à saúde dos portugueses – Linha Saúde 24

Enquadrada nas parcerias público-privadas, a empresa LCS – Linha de Cuidados de Saúde S.A. (empresa do Grupo Caixa Seguros e Saúde) detém a concessão da linha de atendimento “Saúde 24”.

A Linha Saúde 24 é uma iniciativa do Ministério da Saúde que visa responder às necessidades manifestadas pelos cidadãos em matéria de saúde, contribuindo, desde a sua criação em Abril de 2007, para ampliar e melhorar a acessibilidade aos serviços e racionalizar a utilização

dos recursos existentes através do encaminhamento dos utentes para as instituições integradas no Serviço Nacional de Saúde (SNS) mais adequadas. A Saúde 24 contribui para a prestação de cuidados de saúde integralmente focados no Cidadão, facilitando o respetivo acesso à informação e aos serviços do Serviço Nacional de Saúde. Alicerçado em elevados níveis de disponibilidade que minimizam as probabilidades de falha, a Linha Saúde 24 contribui também para uma maior eficácia e eficiência do setor público da saúde, permitindo desta forma libertar os médicos e enfermeiros - em centros de saúde e hospitais - para os casos que realmente necessitam da sua atenção.

O atendimento é efetuado por enfermeiros qualificados e devidamente formados para dar o melhor aconselhamento/encaminhamento ou ajudar o utente a resolver a situação por si próprio. A Linha encontra-se acessível a todos os beneficiários do SNS e a qualquer cidadão estrangeiro que, em território português, necessite de aconselhamento na área da saúde.

A Linha Saúde 24 é um projeto inovador sustentado num sistema de apoio e suporte à decisão clínica. Este sistema, cientificamente testado e adaptado à realidade portuguesa por pessoal médico altamente qualificado, permite que os enfermeiros possam com rapidez, segurança e fiabilidade estar preparados para sugerir os cuidados de saúde mais apropriados.

Dimensão

450 Enfermeiros, 10 farmacêuticos/técnicos de farmácia, devidamente assistidos por 25 supervisores clínicos

Impactos desde a entrada em funcionamento

4 Milhões de chamadas
1,6 Milhões de chamadas em 2009 (surto de Gripe A)
670.000 Chamadas em 2011
Satisfação com o serviço acima dos 98%
25.000 Urgências/mês são evitadas

Um projeto inovador – uma referência na União Europeia

A triagem efetuada pela Linha tem como objetivo principal o aconselhamento e encaminhamento, no momento certo, para os cuidados de saúde mais adequados à sua situação de saúde, não podendo, em qualquer circunstância, ser considerado um ato médico ou diagnóstico.

O principal objetivo é evitar os longos períodos de espera em urgências hospitalares e consultas desnecessárias. Face à experiência acumulada, verifica-se que em cerca de 30% dos casos o problema se resolve com cuidados em casa. Nestes casos se necessário e dependendo da condição clínica, poderá ser agendado um contacto subsequente para avaliar a evolução do estado de saúde do Utente.

Sempre que houver necessidade de encaminhar o utente para um serviço de saúde, a Linha contacta-os previamente através de e-mail ou fax, enviando o resumo da condição descrita pelo utente. Desta forma, quando este chega ao serviço de saúde, os profissionais aí presentes já estão devidamente informados e documentados.

Em casos de emergência a Linha interage com o Instituto Nacional de Emergência Médica (INEM) através do Centro de Orientação de Doentes Urgentes (CODU) ou do Centro de Informação Anti-Venenos (CIAV) para encaminhar rapidamente o Utente para o serviço adequado.

OK!teleseguros: inovação ao serviço dos clientes

A OK! teleseguros, marca de seguro automóvel vocacionada para os canais telefónico e internet e empresa de seguros líder de mercado em Portugal entre as empresas de seguros do seu segmento, conta com mais de 185 mil clientes.

Pioneira na comercialização de seguros à distância, em Portugal, a OK! teleseguros foi a primeira empresa de seguros a permitir a simulação do preço do seguro automóvel on-line (em 1998), bem como a venda (2000) e a participação de sinistros on-line (2003), regendo os seus valores por uma atitude de inovação, com enfoque nos clientes que preferem gerir de forma autónoma, as suas apólices de seguro.

Esta atitude de inovação e extrema atenção ao cliente, a preocupação com o segurado e o lesado, refletem-se também no protocolo celebrado com a DECO há três anos.

O protocolo com a DECO em discurso direto

“Conscientes de que o seguro automóvel é dos mais procurados e gera muitos conflitos, desafiámos as companhias a criar uma apólice com condições vantajosas para os nossos associados. A melhor proposta surgiu da OK! teleseguros, com a qual celebrámos um protocolo.

Alargámos as condições a veículos de duas rodas. Devido ao risco, as companhias só aceitam a cobertura de responsabilidade civil obrigatória, sem a qual não pode circular e, regra geral, para clientes com outros seguros em carteira. Raras são as que aceitam danos próprios. Com o protocolo OK! teleseguros/DECO, pode contratar o seguro obrigatório e um conjunto de coberturas para proteger a mota. Esperamos que sirva de referência para as restantes.”

Reorganização da Rede



Principais vantagens do protocolo

Contrato revisto pela DECO.

Linguagem simplificada, sem exclusões lesivas dos interesses dos consumidores, nem cláusulas de interpretação ambígua.

Prêmios competitivos.

Desconto mínimo de 10% sobre a tarifa normal.

Recibos discriminados, com a indicação do prémio por cobertura.

Mediação de conflitos

A DECO medeia a resolução de eventuais conflitos com a seguradora, quanto à interpretação ou aplicação das condições contratuais. Excluem-se os litígios sobre o apuramento de responsabilidades, em caso de sinistro. Fácil resolução de sinistros.

Após um acidente com danos no veículo, pode dirigir-se a uma oficina recomendada, onde se dá início à peritagem, regularização do sinistro e participação. O associado tem direito a um veículo cedido pela oficina. Mais garantias em

caso de perda total do veículo: se ocorrer um sinistro, a seguradora propõe uma indemnização e indica um stand onde pode comprar um carro idêntico em condições de circular, pelo valor da mesma.

Fonte: DECO PROTESTE

Outro exemplo que concretiza a preocupação desta seguradora com a acessibilidade aos produtos e a sua fácil compreensão reflete-se na parceria com o Continente. A ideia é desmitificar o seguro, tornando-o acessível até no supermercado! Esta parceria, lançada há cinco anos, aposta numa oferta de produtos com uma proposta de valor simples, clara e inovadora, num expresso desafio de 'descomplicação' dos seguros e de democratização do conforto em 'estar seguro'.

Multicare - Primeira seguradora de saúde certificada em Portugal

Com o objetivo de promover a atitude de melhoria contínua ao serviço da satisfação dos clientes e à superação das suas expectativas, a Certificação da Qualidade, em acordo com a ENP ISO 9001, foi um projeto de fundo que envolveu toda a estrutura da Multicare.

O projeto teve início em 2010, com o levantamento de processos e elaboração dos respetivos procedimentos. Obrigou a uma reflexão sobre os procedimentos em uso, sua melhoria e sistematização.

Todos os colaboradores foram envolvidos no processo desde o seu início e todos contribuíram de forma empenhada para que se atingisse o objetivo da certificação, em maio 2011. Mas a tarefa não acabou aqui e diariamente trabalha-se para manter ativos o espírito de equipa unida e a perseguição da excelência.

Iniciar uma transformação profunda

ActivAction: Programa Estratégico 2008-2010

Em 2008 teve início na Caixa Seguros um programa inovador e intenso, que teve na sua base a implementação de alterações profundas ao nível da operação e que promoveu na atividade empresa de seguros uma mudança de atitude na forma de encarar o negócio em áreas críticas a diversos níveis. O programa estratégico 2008-2010 ActivAction está na globalidade concluído. Contudo, a continuidade e as consequências deste trabalho, têm marcado os anos de relato deste documento e a sua filosofia marcará seguramente os anos vindouros.

Envolvimento interno

9 equipas, envolvendo não só toda a área comercial, mas a maioria das áreas da Caixa Seguros

ActivAction

Canal de Agentes - Reorganização da rede

Reanálise e evolução para uma rede física unificada, apresentando uma proposta diferenciada para clientes e mediadores

Canal de Agentes - Redinamização

Definição e implementação de um modelo de gestão de rede para aumentar a eficácia comercial

Custos e Processos

Otimização das principais rubricas de custos e simplificação de processos no âmbito de uma abordagem *Lean*

Saúde

Melhoria da rentabilidade da carteira e redução do rácio de sinistralidade, mantendo a quota de mercado

Bancassurance

Aumento significativo da quota de Bancassurance Não Vida, assegurando uma plataforma adequada ao canal bancário

Canais diretos

Fortalecimento da posição de liderança da Via Directa no Canal Direto e desenvolvimento do conceito de venda "física" a clientes diretos com a marca Ok!telesseguros

PMEs

Desenvolvimento de uma abordagem integrada de serviços a PMEs

Gestão de desenvolvimento de competências

Promoção da gestão proativa do desenvolvimento profissional das competências existentes na Companhia e implementação de um programa de gestão de competências

Sistemas de informação

Elaboração de um plano de evolução das plataformas aplicacionais e otimização do modelo de interação com o negócio

Reorganização

Principais ações

Criação de Centros de Mediadores e Agências de Clientes multimarca, com a respetiva preparação de infraestruturas e pessoas

Principais resultados

De 96 agências FM e 66 agências IB em 2007 para 89 Agências de Clientes multimarca para atendimento da carteira direta, clientes da Caixa Seguros e público em geral, e 61 Centros de Mediadores multimarca com uma estrutura exclusiva para acompanhamento e atendimento a Mediadores em 2011

Redinamização

Principais ações

Definição e implementação de um modelo de gestão de rede focado na eficácia comercial interna e dos Mediadores, com alterações significativas nos processos/métodos de trabalho (eliminando ou reduzindo tarefas sem valor acrescentado)

Principais resultados

Receita dos mediadores redinamizados (1.252) apresentou em 2011 um ligeiro acréscimo face ao ano anterior (0,2%), enquanto os restantes mediadores enquadrados (4.805) apresentaram uma queda na receita na ordem dos 3%

77% das Agências de Clientes registaram uma melhoria do saldo de apólices do ramo automóvel entre dezembro de 2010 e dezembro de 2011

Desenvolver Competências



Custos e processos

Principais ações Custos

Implementação de algumas iniciativas com o objetivo de redução de custos, nomeadamente nas seguintes vertentes:

- Consolidação e conservação de edifícios
- Outputs e impressos
- Finishing
- Impressoras multifuncionais
- Material de escritório

Principais ações Processos

Realização de análises de acordo com uma abordagem *Lean* e com o objetivo de otimização dos seguintes processos:

- Gestão de operações: Emissão Vida Risco, Emissão Não Vida e Emissão Rede de Corretores.
- Gestão de *cash-flow*: Cobranças e Pagamentos.
- Gestão de sinistros: AT Leves e AT Graves.

Principais resultados Custos

As iniciativas implementadas no âmbito deste projeto corresponderam a uma redução efetiva de custos, nomeadamente nas áreas de consolidação de edifícios, redução de outputs e impressos, renegociação de contratos e adoção de impressoras multifuncionais por substituição de impressoras pessoais:

- Redução de 17% de impressões entre 2009 e 2011;
- Redução de 13% de objetos postais (faturas CTT) entre 2009 e 2011;
- Redução de 19% dos custos de portes postais (faturas CTT) entre 2009 e 2011.

Principais resultados Processos

Gestão de operações:

- Emissão Vida Risco: automatização da aceitação clínica e otimização da comunicação com prestadores.
- Emissão Não Vida: redefinição do negócio core e do modelo organizativo baseado na "visão de cliente".

Gestão de cash-flow:

- Cobranças: Desmaterialização dos recibos físicos e dinamização da utilização dos débitos diretos.
- Pagamentos: Incremento do modo de pagamento por transferência bancária e promoção da diminuição do uso do cheque.

Gestão de sinistros:

- AT Leves: Redesenho da gestão de sinistros assente na filosofia da "visão global do processo do sinistro".
- AT Graves: Criação de um modelo de tratamento para pedidos de recaída.

No seguimento do Programa ActivAction e dos projetos desenvolvidos, com vista a potenciar na Companhia uma filosofia de melhoria contínua e para resolver os restantes problemas, foi desenvolvida uma nova abordagem (*Lean Six Sigma*), com outro tipo de análise de dados e com um envolvimento diferente ao nível da organização.

Desde 2011 a Caixa Seguros vem preparando as candidaturas ao Sistema de Incentivos Fiscais à I&D Empresarial (SIFIDE), relativamente aos projetos que enquadraram investimentos com natureza de Investigação e Desenvolvimento (I&D).

Saúde

Na Multicare, entre 2008 e 2011, foi desenvolvido um conjunto de iniciativas para controlo da rentabilidade, garantindo crescimento.

Principais ações

Rede

- Reforço dos mecanismos e processos de monitorização de prestadores;
- Adequação da estrutura de tabelas e preçários a novos perfis de utilização;
- Revisão do dimensionamento/capilaridade da rede.

Processos

- Implementação de processos para um maior controlo na gestão de sinistros e indemnizações, gestão de convencionados, pré-autorizações e reembolsos e pagamentos/faturação.

Oferta

- Lançamento de nova oferta.

Iniciativas transversais

- Promoção do reforço da quota de mercado nas apólices individuais.

Principais resultados

A Multicare tem mostrado um registo de inovação muito forte, tendo-se tornado a primeira Seguradora de Saúde Nacional com um Sistema de Gestão de Qualidade Certificado.

Rede

- Gestores com funções eminentemente externas;
- Monitorização de convencionados;
- Postos avançados de gestão em unidades hospitalares;
- Revisão de atos médicos, incluindo negociação de preçário, re-parametrização em sistema e empacotamento cirúrgico.

Processos

- Monitorização mensal do nível de cumprimentos dos objetivos;
- Manuais de procedimentos internos;
- Controlo de qualidade;
- Externalização de tarefas indiferenciadas;
- Automatização de faturação a preços fechados;
- Redesenho do circuito de recobros;
- Automatização da delegação de competências;
- Revisão de perfis de acesso.

Oferta

- Lançamento de uma nova oferta de produtos (Oferta Global de Saúde – esforço de diferenciação face aos produtos disponíveis no mercado: medicina preventiva, plano personalizado, check-ups);
- Revisão tarifária (franquias e co-participações);
- Matriz de informação para grandes clientes.

Bancassurance**Principais ações**

Novos produtos e renovação da oferta
- Automóvel: lançamento do Liber3G em outubro de 2011.
- Saúde: lançamento de Nova Oferta em 2009 e 2011, indo de encontro às necessidades atuais dos clientes e inovando face ao existente no mercado (por exemplo: Medicinas alternativas).
- Multirriscos Habitação: lançamento do Pack Recheio em agosto de 2010 (carteira atual com cerca de 25.000 contratos).
- Desenho do produto Help-a-Home, lançado já em 2012.
- Colocação de outros produtos: negociação de novos produtos com o objetivo de completar a Oferta de Particulares: Help-a-Student, Seguro de Vida associado a conta Ordenado, Oferta para Contas Família, Saúde Estudante Universitário e Oferta para Jovens Profissionais.

Oferta Alargada de Serviços



Processos

– Lançamento da Plataforma de Seguros Não Financeiros em 2011, com os produtos Multicare Individuais, Liber3G, Caixa Proteção Total, Caixa Viagem, Help-a-Home, AT Empregada Doméstica, MRiscos Negócios, Acidentes de Trabalho, Multicare PME

Dinamização Comercial

– Lançamento de campanhas stand alone, com consequente aumento de vendas
– Elaboração de peças de suporte à venda e de comunicação com o cliente, adaptadas ao canal e como forma de alcançar os objetivos definidos

Principais resultados

– Significativa melhoria da oferta de produtos para o segmento de particulares.
– Aumento de vendas nos vários produtos .
– Simplificação do processo de venda e maior agilidade e capacidade de resposta.
– Possibilidade de simulação/conversão em contrato nas Agências CGD.

– Agilização de processos.
– Autonomia da rede perante o cliente.
– Diminuição de erro face ao circuito manual e em papel existente.
– Diminuição do nº de situações pendentes.
– Redução do custo do processo de emissão
– Maior eficácia na dinamização da rede CGD.

Canais diretos

A Via Directa, com a marca OK! teleseguros, é uma Companhia vocacionada para a venda direta, com uma forte aposta na inovação.

Principais ações

– Desenvolvimento de um novo *site web* 2.0.
– Alteração da imagem/*rebranding* com especial reflexo nos *lounges* e no site.
– Lançamento de novos produtos: OK!Família, OK!2 Rodas, OK! GPS - produto inovador, que utiliza tecnologias de georreferenciação, com múltiplos benefícios para o cliente e para a sociedade, nomeadamente no combate ao

carjacking através da possibilidade de localização das viaturas.

– Certificação Qualidade ISO 9001.
– Lançamento de ações de ativação inovadoras, como é o caso da ação Drop, que permite deixar exemplos de simulação em veículos estacionados, sugerindo a mudança para a OK! teleseguros.
– Lançamento da Praxis, uma infraestrutura desenvolvida pela Via Directa que visa permitir a emissão e gestão de contratos de seguros, agregando funcionalidades transversais que se encontravam distribuídas em infraestruturas paralelas e cujos interfaces não se encontravam otimizados.

Principais resultados

– Em 2008 a Via Directa recebeu o Certificado de Conformidade no âmbito da Norma ISO 9001:2000, sendo a única seguradora de venda direta com esta Certificação.
– Em 2009 o novo site da OK! teleseguros foi distinguido com um Agility Award, galardão atribuído pela OutSystems, que premeia a eficácia e

utilização de metodologias ágeis, em projetos suportados pela plataforma OutSystems, sendo a primeira empresa portuguesa a receber um Agility Award, de uma lista de 4 vencedores a nível mundial. Em termos de resultados, o novo site permitiu aumentar em mais de 50% as vendas através do canal on-line.

– As novas ações de ativação alcançaram uma taxa de sucesso superior em mais de 30% face aos objetivos iniciais.

– Em 2010 a Via Directa tornou-se na primeira seguradora do mercado com website em versão mobile.

– Em 2011 o produto OK! GPS foi premiado numa perspetiva de inovação, a Via Directa foi premiada nos IDC CIO Awards; estes prémios visam distinguir projectos portugueses inovadores com grande impacto nas organizações e empresas, na área das tecnologias.

– Em 2012 a Via Directa recebeu um novo IDC CIO Awards, premiando a inovação da infraestrutura Praxis.

PMES

Principais ações

- Diagnóstico e análise da base de dados de clientes da Companhia;
- Desenho do Modelo de Dinamização da Oferta;
- Desenvolvimento de pacotes de produtos standard para PME's adaptados a cada setor.

Principais resultados

- Melhoria da base de dados da Companhia; com informações que permitem realizar gestão integrada de relação dos clientes PME's e ENI's;
- Novo posicionamento e identidade para o segmento empresarial Empresas e Negócios Seguros (ENS);
- Criação de um modelo de dinamização integrado na oferta;
- Criação do site de internet ENS;
- Uniformização do portal informacional;
- Aplicativo transversal para gestão da atividade comercial.

Gestão de desenvolvimento de competências

Principais ações

- Ação de formação no Programa da Universidade Nova aos 40 colaboradores identificados;
- Action Learning;
- Plano Individual de Desenvolvimento Profissional.

Principais resultados

- 50% dos colaboradores deste grupo teve uma progressão efetiva na carreira (alteração de funções/novas responsabilidades).

Sistemas de informação

Principais ações

- Melhoria da articulação com o negócio;
- Implementação de um Plano Diretor de Sistemas;
- Melhoria dos processos internos de desenvolvimento;
- Reformulação Organizativa da área de Sistemas.

Principais resultados

- Foi implementado um novo modelo de gestão de portfólio que permitiu melhorar a articulação com o negócio e incorporar as melhores práticas existentes no mercado;
- O Plano Diretor de Sistemas foi criado e instituí-se na lógica da organização como um instrumento fundamental, estando em plena implementação no terreno;
- Foi efetuada uma melhoria dos processos internos de desenvolvimento;
- Consolidação de nova metodologia de gestão de projetos;
- Evolução significativa de ferramentas tecnológicas

- Melhoria das atividades de teste;
- Foi implementada uma nova estrutura organizativa, reforçando áreas transversais, reduzindo níveis hierárquicos, e reforçando a comunicação interna e a formação.

Se alguns destes projetos estão 100% implementados e em fase de melhoria contínua, outros têm ainda hoje continuidade em áreas específicas ou deram origem a novos programas. Teremos oportunidade de falar de alguns deles ao longo deste relatório.





Como melhorar o desempenho? Que metas perseguir?
Como obter mais eficiência e focar mais no cliente?
A procura da excelência e da qualidade estimulam as
empresas a surpreenderem e encontrarem novas formas
de trabalhar.



4. Sustentabilidade na gestão



Melhorar continuamente o desempenho e superar em resultados e inovação têm sido presenças constantes e consistentes na abordagem do grupo segurador, perseguindo convictamente a linha da eficiência e do foco no cliente. As iniciativas que partilhamos de seguida e os seus resultados encorajam-nos a prosseguir e procurar fazer mais e melhor.

Desenvolver uma nova estrutura comercial

A reorganização e redinamização da rede comercial FM/IB despoletaram uma nova forma de trabalhar e fizeram surgir programas alinhados com a atitude esperada pelos profissionais nas Agências de Clientes, por um lado, e nos Centros de Mediadores por outro. O desenvolvimento dos mediadores – responsáveis por 90% da carteira comercial – é uma preocupação central.

Reorganização da rede comercial

De 96 agências FM e 66 agências IB em 2007 para 89 Agências de Clientes e 61 Centros de Mediadores em 2011.

Resultados Centros de Mediadores

1.252 Mediadores redinamizados, com 219.411 novas apólices e receitas acumuladas de 302M€ em 2011.

4.805 Mediadores enquadrados com 187.729 novas apólices e receitas acumuladas de 291M€ em 2011.

Um Novo Canal de Mediadores

A nova orientação comercial implementada resultou em alterações a vários níveis:

– **Centro de Mediadores:** dinâmica interna promotora da partilha regular de experiências; divulgação normalizada de informação de gestão e das ações comerciais; desenvolvimento profissional e pessoal dos gestores de mediadores; acompanhamento mais profissionalizado e exclusivo dos mediadores.

– **Gestores de Mediadores:** melhor distribuição e gestão do tempo; sistematização do acompanhamento comercial, nomeadamente através da tipificação das visitas; foco no desenvolvimento do desempenho dos mediadores.

– **Mediadores:** identificação das áreas de maior potencial de cada mediador; definição de objetivos e recomendações para a melhoria de cada mediador; otimização do ritmo comercial.

	Antes	Depois
Centros de Mediadores	Atendimento e enfoque da agência mista entre clientes e mediadores.	Criação de uma estrutura exclusiva para acompanhamento e atendimento a mediadores.
	Gestão focada na resolução de questões operativas e na execução de campanhas.	Gestão focada no desenvolvimento pessoal dos gestores de mediadores, na reflexão conjunta sobre a carteira de cada mediador e no acompanhamento compartilhado do desempenho comercial.
Gestores de Mediadores	Distribuição do tempo focada nas visitas de mediadores e em tarefas administrativas.	Reserva de tempo para preparação de visitas a mediadores e de reuniões no Centro de Mediadores.
	Visitas a mediadores indiferenciadas e/ou focadas na resolução de questões operativas.	Visitas a mediadores de acordo com uma tipificação que força a reflexão regular sobre o desenvolvimento comercial do mediador e foca o acompanhamento dos objetivos de produção.
Mediadores	Mediadores dependentes das suas capacidades, experiência e contexto profissional.	Mediadores conscientes do seu potencial de melhoria, com base em diagnóstico personalizado.
	Mediadores seguindo objetivos por ciclo.	Mediadores seguindo objetivos concretos de produção no curto prazo e discussão frequente dos mesmos.

A implementação deste novo canal de mediação foi acompanhada por um conjunto de iniciativas focadas em potenciar o crescimento dos mediadores.

Mediadores Alpha | Pensar Diferente, um Passo em Frente

Com o intuito de contribuir para o crescimento sustentado das carteiras dos mediadores e para a melhoria contínua dos processos de comercialização de seguros, foi criado o programa Alpha, uma proposta de desenvolvimento comercial para os detentores das grandes contas FM/IB. O programa está focado na proatividade e atua também sobre a eficiência comercial. As condições de acesso estão relacionadas com a dimensão e o tipo de parceria existente com as empresas de seguros.

No âmbito deste programa, o mediador alpha usufrui de autonomia, tendo o contacto direto com as áreas centrais das empresas de seguros. É integrado no circuito de dinamização comercial, ou com um gestor de mediador especializado ou com o gerente do Centro de Mediadores. Em termos de rede comercial, há um reforço da rede própria dos mediadores.

O foco na formação é um dos elementos-chave deste programa. Para além da formação técnica, o mediador alpha recebe formação comportamental e em técnicas de venda. De destacar a formação "Eu Mediador", com um conceito inovador que utiliza filmes de Boas Práticas Comerciais para dar resposta a algumas necessidades diagnosticadas na rede de mediação, nomeadamente no que respeita à formação de base para colaboradores em início de atividade. Optando por uma linguagem simples, direta e de reconhecimento imediato, estes filmes abordam a eficácia do tratamento comercial, demonstrando a importância do cliente e a necessidade

Comunicar com a Rede



de reconhecimento do seu poder. O foco é no atendimento de excelência: respeito pelo cliente, conhecimento dos produtos comercializados e uma atitude proativa que antecipe necessidades e que consiga surpreender o cliente. Numa primeira fase, foram produzidos 3 filmes: “Seguro de Saúde – Benefícios de um Produto”, “Seguro Automóvel – Detetar Necessidades” e “Débito em Conta – Acrescentar Valor” que também estão disponíveis na versão “Eu Agência”, esta destinada às Agências de Clientes.

Ainda no âmbito da formação, foi criada uma formação em parceria com o ISCTE, exclusiva para mediadores Alpha. Os objetivos desta iniciativa inovadora eram munir estes profissionais de mediação de novas ferramentas de gestão de reuniões, tempo e stress, estratégia e planeamento estratégico, liderança, comportamento do consumidor, finanças no suporte à gestão de marketing, negociação e gestão de conflitos, personalidade e programação neurolinguística e *teambuilding* e motivação.

Quando questionados sobre a mais-valia do programa Alpha, os mediadores valorizam sobretudo a maior autonomia e os contactos diretos na operação e na atividade diária. Mas, acima de tudo, a valorização do programa Alpha é vista como um reforço determinante da parceria com as empresas de seguros, numa perspetiva de aposta e de visão de longo prazo.

quando questionados sobre a mais-valia do programa Alpha, os mediadores valorizam sobretudo a maior autonomia e os contactos diretos na operação e na atividade diária

Práticas da Casa

Newsletter On Time – Notícias a tempo: lançada em 2010, esta publicação fornece informação periódica relevante sobre atividade FM e IB, passível de apoiar o trabalho da rede de mediadores na sua relação com os clientes.

Conselho Consultivo de mediadores eleito para o triénio 2010-2012: eleição do segundo conselho misto FM e IB.

BI do mediador: ferramenta criada em 2011 com informação integrada sobre o perfil da rede de mediação para uma gestão mais eficaz e otimizada da relação com o mediador.

Pólos de mediação: agregação de mediadores de pequenas carteiras a grandes mediadores, garantindo um melhor acompanhamento dos mediadores agregados e dos seus clientes e criando condições para o seu desenvolvimento.

Formação da rede de mediadores

1.974 Participantes em 2011
16.438 Horas e 147 sessões

Projeto Gestores de Clientes

391 Mediadores ativos em 2011
10.676 M€ de prémios processados

Formação de novos mediadores

170 Participantes
22.610 Horas de formação/certificação
12.558 Horas de formação em produtos/informática/sinistros/formação comportamental

Formação em Gestão de Empresas

3 Ações
100 Mediadores



Cumprir o Prometido | 2.º Inquérito de Satisfação a Mediadores

O grande objetivo relativamente ao 1.º Inquérito de Satisfação a Mediadores, realizado em 2009, era aumentar o índice de satisfação de 53% para 66%. Esta meta foi superada, tendo os resultados desta nova edição chegado aos 67%, demonstrativo do esforço feito ao nível da operação e do envolvimento. A consolidação de serviço como fator de diferenciação foi avaliada de forma particularmente positiva. Também a melhoria das plataformas foi positivamente avaliada, ao nível da satisfação com os processos de produção e sinistros, das soluções de acesso, extração de

dados, funcionalidades e facilidade de utilização. Outro aspeto fundamental e melhorado foi a colaboração entre todas as áreas para facilitar a gestão comercial. Finalmente, os mediadores destacaram a reorientação do processo de venda de valor para o cliente, através de novas lógicas de comercialização e de novos produtos.

As áreas de melhoria identificadas estão refletidas hoje num plano de atuação que responde globalmente à máxima de "maior eficiência". Um trabalho que aponta para a melhoria contínua e que todos os dias se supera com inovação e proatividade.



"O Projeto ActivAction foi efetivamente um marco muito importante na história da Companhia, uma vez que não só permitiu o estreitar de relações entre a Companhia e os seus Mediadores, como nos deu a possibilidade de rentabilizar os nossos recursos e canalizar as nossas ações para a prestação de um serviço cada vez mais de excelência e eficaz junto dos nossos clientes.

Na realidade, a integração neste projeto permitiu-nos não só sentir a companhia mais perto de NÓS como ajudar-nos na eliminação de vícios e hábitos antigos que inconscientemente iam minando o nosso trabalho e dificultando o nosso desenvolvimento. Com a ajuda do ActivAction, hoje trabalhamos com mais vontade, mais determinação, vendemos melhor e rentabilizamos melhor o nosso tempo junto do cliente e na satisfação das suas necessidades."

Luís Miguel Nunes,
Mediador, Loja FM Paço d' Arcos

"O navegador tem tido um papel de agente de mudança nos Centros de Mediadores e mediadores, promovendo a mudança, a implementação de novas metodologias de trabalho, mudança de hábitos, atitudes e comportamentos. Uma atuação que primeiramente se efetuou dentro da própria equipa de navegadores..."

as áreas de melhoria identificadas estão refletidas hoje num plano de atuação

Este processo tem sido, por muitos, encarado como um oportunidade de valorização pessoal e profissional. A eleição das melhores práticas e implementação de metodologias chegou aos mediadores, vencendo resistências iniciais e quebrando tradições desajustadas aos tempos atuais. Os resultados têm aparecido ao nível do reforço da liderança, seja dos gerentes perante a sua equipa, seja dos gestores de mediadores e assistentes perante a rede de mediação, tendo-se provocado nos mediadores uma atitude mais proativa, profissional e autónoma, contando em consequência os clientes com um consultor mais atento à realidade, informado e motivado... Como projeto inovador, foi revolucionário, agitou consciências!"

Maria Manuela Martins,
Navegadora

Um Novo Canal de Distribuição para Clientes

Perante o desafio de criar um novo canal de distribuição para clientes, definiu-se como missão deste canal providenciar um serviço integral (venda e pós-venda) de excelência a todos os clientes FM e IB (diretos ou mediados), baseado numa rede de agências com cobertura alargada, alicerçando e desenvolvendo assim a relação cliente-empresas de seguros de forma equilibrada e sustentada. Em causa estava uma mudança na forma de trabalhar. A separação das redes de clientes e de mediadores, no âmbito do ActivAction, revolucionou a lógica instalada e alterou profundamente o funcionamento e a gestão do serviço ao cliente nas agências.

Antes	Depois
Atendimento e enfoque da agência mista entre clientes e mediadores.	Criação de uma estrutura exclusiva para acompanhamento e atendimento dos clientes.
Pouca polivalência das equipas.	Equipa formada e preparada para assumir várias funções.
Foco na resolução de questões de foro mais administrativo dos clientes.	Foco numa abordagem mais comercial e proativa.

Resultados Agências de Clientes

77% das 88 agências registaram uma melhoria do saldo de apólices auto entre dezembro de 2010 e dezembro de 2011

Os objetivos estratégicos do novo canal passaram por assegurar um serviço de excelência, intensificar a retenção da carteira, desenvolver a carteira de clientes diretos e desenvolver proativamente o esforço de captação de novos clientes. O cumprimento destes objetivos foi concretizado através de um plano de ação detalhado. Registaram-se diversos desenvolvimentos, à medida que eram abertas Agências de Clientes, destacando-se algumas iniciativas:

- Formação de todos os colaboradores das agências: comportamental, atendimento e vendas.

- Divisão e afetação da carteira de cada agência pelos respetivos assistentes de clientes, ficando os mesmos com a responsabilidade de acompanharem e desenvolverem as correspondentes carteiras de clientes.

- Envolvimento e proximidade de toda a estrutura hierárquica, nomeadamente dos diretores regionais, com uma preocupação constante de

assegurar *coaching*, partilha de boas práticas e reconhecimento de desempenhos de excelência.

- Lançamento de campanhas internas de dinamização, com o intuito de contribuir para o cumprimento dos objetivos comerciais através do fortalecimento do espírito de equipa e partilha.

- Utilização da figura do cliente mistério como instrumento de aferição e melhoria da qualidade de serviço.

- Acompanhamento prioritário das reclamações, utilizando-as também como instrumento potenciador da melhoria do serviço ao cliente.

- Promoção de ações de incentivo e motivação dos colaboradores. A título de exemplo, a iniciativa "Eu Consigo" consiste num conjunto diverso de ações como "o Melhor Assistente de Clientes da semana" e "a Melhor Agência". No âmbito desta iniciativa, surgiram ações pontuais de foro social e aproximação à comunidade local.

Em 2010 foi concluído o processo de abertura gradual das agências. Os desafios futuros passam por consolidar esta nova estrutura e prosseguir com a capacidade de surpreender e reinventar esta nova forma de trabalhar.

"O projeto ActivAction arrancou na nossa Agência em 17/11/2008. A nova estrutura veio mudar significativamente o conceito de assistência a prestar aos clientes, quer diretos quer provenientes de outros canais, fortalecendo uma maior aproximação e fidelização, seguindo um modelo de Excelência de serviço.

A alocação da carteira direta por cada Assistente potenciou um importante trabalho de cross-selling e de retenção. Neste âmbito, as ferramentas informáticas que se foram desenvolvendo, permitiram um conhecimento integral da carteira, maior personificação do serviço, e direcionar uma oferta de cross-selling à medida, que indubitavelmente reforçou os laços de fidelização com os nossos clientes.

Para os colaboradores e para a atividade comercial da companhia, a sistematização deste trabalho não só permitiu um maior desenvolvimento das carteiras diretas, mas também superar importantes metas, tais como recolha de dados e contactos dos clientes, aumentar as adesões à cobrança bancária, sem se perder o contacto pessoal (neste campo 73% da nossa carteira é já feita por cobrança bancária), libertando tempo e recursos para a prospeção de novos clientes."

**Victor Sousa Piques,
Gerente – Agência Clientes Ponta Delgada**

Inquérito de Satisfação de Mediadores



“Trata-se de um projeto inovador, que tem desenvolvido o potencial profissional, onde as nossas capacidades são colocadas à prova e os resultados são motivadores. O desafio do projeto ActivAtion permitiu focar a nossa atenção de um modo mais cuidado e personalizado aos clientes diretos, muitas vezes esquecidos. Com a divisão do universo de clientes desenhados pelas assistentes, fortaleceram-se as relações com os mesmos, o que tem permitido realizar novos negócios.

As ferramentas informáticas desenvolvidas ao longo destes últimos anos têm-nos permitido ainda manter com maior facilidade a proximidade com os nossos clientes. Em alguns casos tem-nos permitido ganhar a sua confiança publicitando desta forma a nossa marca, com uma atitude mais proativa junto de potenciais novos clientes.”

Cristina Viveiros,
Agência Clientes Ponta Delgada

Compromissos 2012/2013

- Abranger 95% dos mediadores Alpha com a formação lecionada pelo ISCTE
- Efetuar uma ação por ano do “Eu Mediador”
- Dar continuidade ao processo dos gestores de clientes
- Realizar a 3.ª edição do questionário aos mediadores
- Incrementar a formação comportamental

Melhorar a qualidade do serviço

A existência de estudos que avaliam a satisfação dos clientes é importante numa perspetiva de medir, mas também no sentido de promover a melhoria contínua e a implementação de medidas corretivas que permitam alcançar um desempenho de excelência. Esta preocupação é o driver do programa de avaliação de satisfação dos clientes atualmente em consolidação pela Fidelidade Mundial e Império Bonança, com o qual nos comprometemos, para compreender de uma forma muito precisa as opiniões e expectativas dos clientes. Mais do que estudos, este programa reflete um foco claro na monitorização contínua.

A Avaliação da Satisfação como Ferramenta efetiva de Melhoria

O foco do cliente tem transformado efetivamente não só a relação e os procedimentos como também as ferramentas que os monitorizam e avaliam. Entre 2009 e 2011 foram desenvolvidas novas ferramentas e aprofundado o nível de análise dos estudos a cliente da FM/IB: foi realizada a primeira avaliação da satisfação do sinistro automóvel e foi feito um trabalho de padronização das ferramentas já existentes para criação de um sistema único.

Práticas da Casa

Manual de atendimento
“Eu Mediador”
Serviço de apoio complementar ao Centro de Gestão de reclamações

Estudos que Avaliam Diretamente Junto dos Clientes que Tiveram Sinistro com as Empresas de Seguros: automóvel, acidentes de trabalho e habitação.

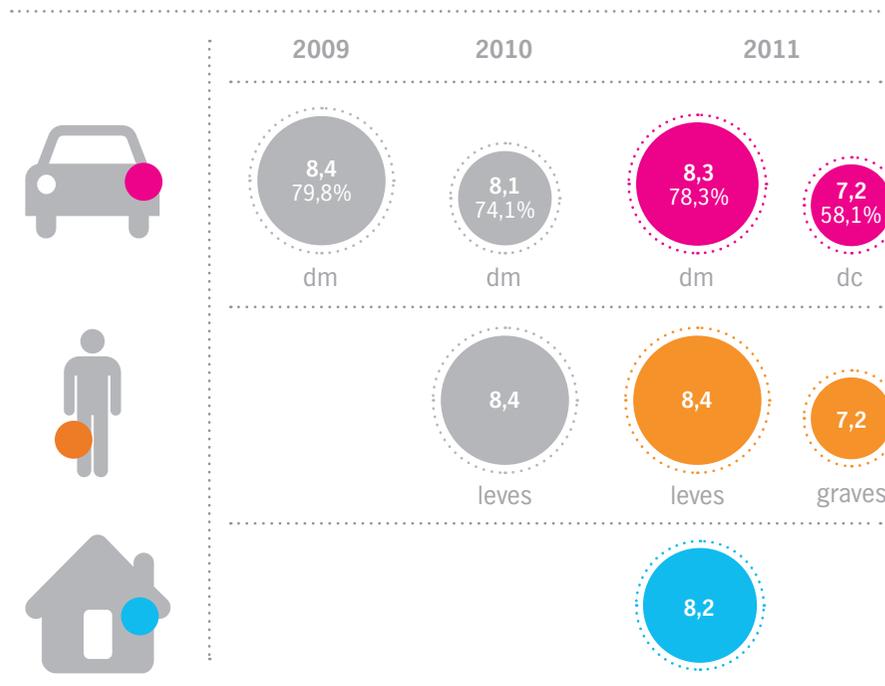
Alguns resultados

- A satisfação dos sinistrados é em geral elevada (médias acima de 8 numa escala de 1 a 10).
- A média de recomendação é em geral também elevada.
- Há mais promotores a recomendar a empresa do que detratores.
- Metade dos terceiros admite a possibilidade de se tornar um cliente (automóvel).
- A satisfação em automóvel danos materiais é superior à de danos corporais e aumentou face a 2010.
- A satisfação com o desempenho da companhia nos acidentes de trabalho leves é superior à dos acidentes de trabalho graves, tendo diminuído ligeiramente face a 2010.

Satisfação Global

8.3 em Automóvel Danos Materiais em 2011, face a 8,1 em 2010
 8.4 em Acidentes de Trabalho Leves em 2011, mantendo a média de 2010

Satisfação Global



Estudos através do Cliente Mistério: pretende-se avaliar o nível de serviço prestado, nomeadamente as condições logísticas e ambientais, o atendimento e a venda, numa perspetiva multicanal. A expectativa é que o cliente tenha o mesmo nível de serviço, independentemente da rede que utiliza para contactar com a seguradora. Neste sentido, o cliente mistério avaliou o *call center*, as Agências de Clientes e os mediadores alpha.

Alguns resultados

- As agências melhoraram 12 pontos percentuais na avaliação global num ano.
- Concentração na avaliação 'bom' de mediadores e agências, embora grande parte obtenha avaliação fraca.
- Boa performance do call center na "identificação e resposta às necessidades".

Redes comerciais

63 pp de avaliação dos mediadores
72 pp de avaliação das agências, com melhoria de 12pp de 2010 para 2011

Call center

76pp e 77pp na "identificação e resposta às necessidades"

Quero agradecer o facto de terem sido rápidos e de não me terem dado problemas.

MRH 2011

Espero que a seguradora continue sempre assim, com profissionais corretos e honestos.

Auto DC vg1 2011

Recomendo a toda a gente.

AT Leves vg3 2011

Elogio o perito do processo e os serviços prestados pela Companhia no geral.

Auto DC vg 1 2011

As Reclamações e o Panorama do Setor

No conjunto dos ramos Vida e Não Vida, as reclamações da Caixa Seguros representam 15%, um indicador muito positivo face à quota de mercado de cerca de 33%; no ramo Automóvel, para uma quota de mercado de 26%, existe apenas uma quota de reclamações de cerca de 11%; no ramo Saúde para uma quota de mercado de cerca de 33% apresenta uma quota de reclamações de cerca de 21%.

Em 2011, o número de reclamações do mercado cresceu 24%, tendo nas Empresas de seguros do Grupo CGD registado um pequeno acréscimo de 3% Especificamente no caso da FM e IB, o crescimento das reclamações correspondeu a 2%:

- **Ramo Automóvel:** crescimento de cerca de 28% do número de reclamações do mercado nacional, face a um decréscimo de cerca de 6%.

- **Ramo Multirriscos:** crescimento de 16%, enquanto o mercado cresceu mais do dobro (40%).

Ao encontro do Cliente



Estes resultados mostram uma tendência mais positiva dentro do panorama de crescimento de reclamações no grupo segurador, resultado para o qual o serviço ao cliente e a resolução de sinistros tem uma importância fundamental.

Número de reclamações no ISP

1.282 reclamações entradas no universo Fidelidade Mundial e Império Bonança
1.324 reclamações encerradas no universo Fidelidade Mundial e Império Bonança

Visão do mercado

24% de crescimento de reclamações do mercado global, sendo o crescimento da Caixa Seguros de apenas 3%

Serviço de Proteção e Defesa

A ocorrência de um sinistro é sempre um momento desagradável na vida de alguém. A correta mediação e a rápida agilização da resolução do sinistro está, em larga escala, dependente do bom funcionamento das companhias de seguros.

Sendo responsáveis pela eficácia dos seus processos, as companhias FM e IB lançaram em 2012 um projeto piloto que consiste no aconselhamento e na prestação de apoio informativo ao cliente, nas situações em que o responsável pelo sinistro pertence a outra companhia. Desde o apoio prestado ao segurado FM e IB no momento em que participa o sinistro, à cooperação disponibilizada ao cliente, este serviço contribui de forma inovadora, não só para uma mais rápida resolução dos casos, como também para uma maior garantia da qualidade de serviço.

Compromissos 2012/2013

- Avaliar satisfação saúde (utilizadores + clientes); clientes acidentados de trabalho e sinistrados.
- Apoiar 2.000 clientes FM e IB no ano de 2012, no âmbito do Serviço de Defesa e Reclamação.

Otimizar o serviço na cadeia de valor

A satisfação do cliente é um somatório da sua experiência com a empresa de seguros ao longo de todo o processo e da relação estabelecida, sendo por isso várias as componentes que contribuem de forma decisiva para a sua perceção. Acompanhando a preocupação com a satisfação do cliente referida anteriormente está o foco efetivo na melhoria da qualidade do serviço, onde o cliente está no centro da atividade e as empresas Cares e Gep dão um contributo fundamental para o resultado.

GPS nos Fornecedores de Assistência | Mais Eficiência no Serviço

Um desafio da assistência em viagem é a capacidade de responder rapidamente ao pedido do cliente e ser eficiente no serviço prestado.

O projeto de instalação de GPS nos fornecedores de assistência em viagem tem como objetivo aumentar a qualidade e eficiência dos serviços prestados, através do uso da tecnologia de GPS na localização e seleção de fornecedores e o recurso a redes móveis de comunicação.

Iniciado pela Cares o projeto tem vantagens para as várias partes interessadas:

– **Cliente:** vantagem substancial ao nível da qualidade do serviço prestado, sobretudo na redução dos tempos de espera ou de chegada dos meios da assistência, na medida em que as Empresas de seguros conseguem selecionar e monitorizar em tempo real os fornecedores mais próximos do local da assistência.

– **Empresas de seguros:** maior racionalização de meios e contributo para uma melhoria do serviço ao cliente.

– **Fornecedor:** gestão mais eficiente de recursos que, consequentemente, conduz a uma redução substancial de custos e ganhos de produtividade.

Melhor desempenho

80% dos serviços de reboque efetuados com recurso a GPS no final de 2011 já registaram para o segurado tempos de espera inferiores a 30 minutos.

Reclamações assistência

549 reclamações em 2011, redução de 48% face a 2010.

Avaliação do serviço de assistência 2011 - (Bom ou Muito Bom)

90,4% das situações de Assistência em Viagem;
79,0% das situações de Assistência Doméstica;
71,4% das situações de Assistência Médica.

Reclamações assistência

98,61% de taxa de eficácia
82,7% destes contactos foram atendidos até aos 10 segundos.

Durante a fase de desenvolvimento tecnológico, a qual foi liderada pela Cares até à sua fase de implementação – abril de 2010 –, aderiram a este projeto outras duas companhias de Assistência – Interpartner e Europ Assistance – as quais, no conjunto das três, representam cerca de 70% do mercado da assistência em viagem.

No final de 2011, 80% dos serviços de reboque efetuados com recurso a GPS pela Cares, já registaram para o segurado tempos de espera inferiores a 30 minutos. Com um tempo de espera menor que 15 minutos, o nível de serviço melhorou de 26 para 30%, entre 2010 e 2011, o que corresponde a uma variação positiva de 15%. Em regra, pode-se dizer que o recurso a rebocadores utilizadores da tecnologia de GPS veio melhorar o tempo médio de espera para o segurado entre 10 e 15 minutos.

A percentagem de serviço efetuado na Cares com recurso a GPS evoluiu de 28 para 42%, entre 2010 e 2011. Em 2012, no final do 1º trimestre,

atingiram-se 50%, os quais foram assegurados por um conjunto de cerca de 400 veículos pertencentes a 86 empresas de reboque.

Atualmente circunscrita ao segmento de rebocadores, a Cares pretende estender esta funcionalidade de GPS a qualquer outro segmento ou área de atuação da empresa, a que esta tecnologia possa acrescentar melhorias qualitativas nos serviços prestados aos seus clientes.

“A instalação de GPS, além de reduzir custos telefónicos, administrativos e operacionais, permite uma maior rentabilidade, uma vez que localiza todos os meios operacionais ao momento; daí haver uma redução dos tempos de execução dos serviços, assim como a obtenção de resultados económicos. Permite também uma redução drástica do tempo de espera, dado que o reboque enviado é sempre o que se encontra mais próximo.”

**António Araújo,
Sócio gerente da Seprama – empresa de referência do setor rebocador**

Certificação em Qualidade Obtida pela CARES

Com o intuito de melhorar a forma como opera, quer na perspetiva da sua atuação no mercado, da redução de custos, da necessidade de uma gestão de risco mais eficaz ou da melhoria da satisfação dos seus clientes, a Cares obteve em 2010 a certificação da qualidade pela norma NP ISO 9001:2008.

Esta norma coloca a tónica na melhoria contínua, com impacto na satisfação dos clientes e na motivação dos colaboradores, e prepara nas organizações sistemas de gestão com as estruturas necessárias para monitorizar e melhorar o desempenho em qualquer área.

Depois de ter obtido a certificação, a Cares foi até ao momento submetida com sucesso a três auditorias de continuidade, sendo os resultados deste esforço visíveis pela redução do volume de reclamações e pela satisfação dos clientes. Este projeto encontra-se alinhado com a filosofia de eficácia, eficiência e qualidade que orienta a empresa.

Reclamações

Redução de 48.6% do n.º de reclamações de 2009 para 2011.

Satisfação dos clientes

Aumento de dois pontos percentuais na satisfação do serviço prestado, cifrando-se nos 85.7% em 2011.

Soluções à medida



Compromissos 2012

- Concluir o Estudo de Viabilidade Projeto de Regularização Sinistros por Avarias Eléctricas, com processo de recolha e encaminhamento para Centros de Reciclagem e posterior abate, dos aparelhos eléctricos não reparáveis.

Compromissos 2013

- Renovar a certificação pela norma ISO 9001.
- Concluir o espaço em falta entre Torres Vedras e Coimbra, para que toda a faixa litoral do País, incluindo Algarve, fique dotada de Serviço de Reboque com GPS.
- Dotar outros rebocadores noutras zonas com maior densidade de trânsito automóvel, nomeadamente, nas Capitais de Distrito em falta.

Reposicionamento do Papel do Perito

A fase da peritagem constitui mais um momento crucial da complexa cadeia de um sinistro.

A empresa responsável pela peritagem de sinistros das Empresas de seguros do Grupo CGD – a Gep – tem transformado o perito num consultor mais próximo do cliente, para além de manter as habituais exigências com a qualidade e o rigor.

Este projeto, cujo piloto decorreu no início de 2010 ocorreu na linha de negócio Peritagem Automóvel e promoveu uma aproximação e personalização do contacto do perito com o cliente, contribuindo para um melhor serviço, aumentando a eficiência e gerando poupanças para ambas as partes: lesado e empresa de seguros.

A alteração no serviço standard de peritagem consiste no contacto personalizado do perito com o cliente, na véspera da peritagem, com o intuito de confirmar a marcação da entrega do veículo e ajustar se necessário a referida

marcação. Este contacto tem permitido melhorar os processos, perder menos tempo. No caso das peritagens patrimoniais, o tempo de perdas técnicas tem diminuído substancialmente, na medida em que o novo sistema implementado permite ao perito ter um papel mais ativo, em todo o processo da peritagem.

Faltas de veículos às peritagens agendadas

Diminuição de 5% para 1% de faltas de veículos nas marcações.

Mais recentemente, este contacto do perito passou a ser acompanhado do envio de um SMS ao lesado, no momento em que o serviço é distribuído ao perito, informando-o do nome da pessoa que o contactará no prazo de duas horas.

Em análise está uma terceira fase deste projeto, a qual consiste no acompanhamento do perito, no decorrer e na conclusão da peritagem, num âmbito exclusivamente técnico da reparação.

Formação

Em média, em 2010/2011 houve cerca de 20.000 horas de formação na Gep, distribuídas por 45 ações de formação, o que representa uma média de 50 horas de formação por pessoa.

Rigor e Compromisso



Na Peritagem Patrimonial este projeto tem contornos diferentes. Ao longo dos tempos o papel do perito no processo da peritagem tem vindo a ser alterado, assumindo ele hoje um papel de líder da peritagem. Atualmente o perito “gere” a peritagem, orçamenta prejuízos, explica em primeira mão aos segurados os prejuízos apurados. Para tal, houve necessidade de dotar o perito de ferramentas de trabalho, nomeadamente a ferramenta de cálculo de reparação de construção civil, que se encontra certificada pelo CICCOPN, e a ferramenta de contabilidade.

Também esta linha de negócio faz uso do SMS para agendar o início dos trabalhos. À semelhança do que acontece na Peritagem Automóvel, assim que o serviço se encontra distribuído ao perito, tanto ele como o lesado recebem um SMS: o primeiro a informar que tem um serviço novo para iniciar e o segundo a alertar para o facto de que será contactado num prazo máximo de duas horas e o nome do perito designado para efeitos de marcação da peritagem.

Estas alterações têm sido possíveis com um trabalho profundo na componente da formação técnica e comportamental dos peritos, abrangendo todas as estruturas da empresa e ainda os peritos prestadores de serviços das várias linhas de negócio. No futuro, o papel do perito deverá evoluir para um serviço cada vez mais próximo e inspirador de confiança para o cliente.

o papel do perito deverá evoluir para um serviço cada vez mais próximo e inspirador de confiança para o cliente

“Depois do contacto ao lesado na véspera da peritagem com resultados (na minha opinião) muito positivos, eis que surge agora a possibilidade de introduzir uma inovação: o contacto com o segurado/proprietário após a peritagem. Este contacto é efetuado após a peritagem concluída, telefónica ou pessoalmente, caso o proprietário do veículo esteja presente. É transmitida ao interessado toda a informação sobre a peritagem, ou seja, sobre o detalhe da reparação, se a peritagem tem carácter definitivo ou condicional, motivo do orçamento não concluído, entre outros. No fundo pretende-se esclarecer o proprietário do veículo de todas as dúvidas que possam surgir, filtrando-as de forma a chegar ao nosso cliente o mínimo de questões e/ou reclamações que se prendam exclusivamente com o ato da peritagem.

Do tempo em que participei nesta experiência, o saldo é bastante positivo. Sinto que o segurado/lesado acolhe esta situação com alguma admiração, e que passo a ser considerado não

como um problema mas sim como uma parte da solução. Não tive até agora, nem mesmo em situações de Perdas Totais, noção de que não foi positivo o meu contacto. Obviamente que a oficina tem um papel determinante nesta situação e para isso é importante a nossa relação profissional com a mesma. Também sinto que é estabelecida uma relação muito cordial entre todas as partes envolvidas (oficina, o utilizador da viatura e o perito, enquanto representante da Empresa de seguros. É notório o conforto do utilizador da viatura quando estamos presentes, porque é o perito que exige qualidade à oficina na reparação do veículo. É bom poder dizer que já recebi telefonemas de agradecimento após a entrega do veículo reparado. Não tenho dúvidas de que este tipo de esclarecimento agrada muito ao lesado, vai ajudar a oficina e finalmente e mais importante, vai trazer uma mais-valia aos nossos clientes.”

Filipe Azambujo e Gonçalo Ribeiro, Peritos

Evolução dos Níveis Técnicos de Peritagens Reforçado pela Estrutura

A formação tem levado a uma maior qualidade técnica, acompanhada de uma alteração de mentalidades com impacto numa redução de custos operacionais. A par de ganhos de eficiência, têm sido incorporadas preocupações ambientais na reparação do “dano”, em detrimento das perdas totais das viaturas e na opção pela reparação de certas peças automóveis, em vez da sua substituição. A tônica tem sido cada vez mais a de privilegiar reparações, remanufaturação e reacondicionamento junto das oficinas e das fábricas.

Para estes resultados tem contribuído grandemente uma forte área de estatística e controlo de gestão da Gep, que permite atualmente uma análise profunda dos serviços prestados. O próprio modelo de governação da empresa tem sido alterado, destacando-se neste contexto o forte acompanhamento das equipas de peritos e envolvimento de toda a estrutura para a melhoria contínua do desempenho.

O foco nos resultados e no rigor e a criação de condições ao nível da estrutura têm permitido situar o serviço de peritagens do grupo na vanguarda, sendo a única empresa de peritagens a operar em Portugal, cujos peritos automóvel são certificados, incluindo os especialistas de veículos pesados e de “duas rodas” e cujos peritos patrimoniais são, ou licenciados em Engenharia Civil ou, os que não possuem este grau académico, são certificados pelo CICCOPN.

Peritagem Automóvel

Redução de 1,13% do custo médio de reparação de 2010 para 2011.
Redução do índice de perdas totais de 6.25% em 2010 para 5.91% em 2011.
Redução do tempo médio de reparação de 2,89 dias em 2010 para 2,66 dias em 2011.

Averiguação de sinistros

Redução do tempo médio de conclusão do serviço de 8,59 dias em 2010 para 7 dias em 2011.
Redução das reclamações de 2,38% em 2010 para 1,57% em 2011.

Peritagem Patrimonial

Redução do tempo médio de conclusão do serviço de 7,36 dias em 2010 para 6,34 em 2011 (de referir que em 2007, o tempo era de 42 dias).
Redução do índice de reclamações de 0,91% em 2010 para 0,75% em 2011.
Redução do valor médio de reparação de 1.395€ em 2010 para 1.250€ em 2011.

Melhorar a Eficiência



Práticas da Casa

Certificação da GEP segundo a ISO 9001:2008: certificação obtida em 2008 pela APCER, não tendo os quatro anos de certificação subsequentes registado qualquer “não conformidade”, um indicador da qualidade da estrutura organizacional. Certificação dos Peritos de Automóvel pelo Centro de Zaragoza: 100% de peritos formados e 100% de certificados atribuídos. Certificação “Danos em edificações” pelo CICCOPN: 100% de peritos formados e 100% de certificados atribuídos.

Compromissos 2012/2013

- Obter um valor médio de reparação de 973,15€.
- Obter um preço/hora de 30,55€.
- Alcançar os 7 dias úteis para a concretização das averiguações automóvel.
- Obter 0,99% de taxa de reclamações de averiguações automóvel.
- Alcançar os 8 dias úteis para a concretização das averiguações de acidentes de trabalho.
- Obter 0,99% de taxa de reclamações de averiguações de acidentes de trabalho.
- Alcançar os 5,2 dias úteis para a concretização das peritagens multirriscos.
- Obter 0,40% de taxa de reclamações dos clientes multirriscos.
- Alcançar os 40 dias úteis para a concretização das peritagens - RI e Engenharia.
- Obter 0,40% de taxa de reclamações dos clientes - RI e Engenharia.
- Alcançar os 40 dias úteis para a concretização das peritagens - grandes riscos.
- Obter 0,40% de taxa de reclamações dos clientes - grandes riscos.

Melhorar a eficiência dos processos

No âmbito do programa ActivAction, foram implementadas medidas para melhorar a eficiência dos processos das companhias FM e IB. A necessidade de obter ganhos de eficiência tem sido fundamental para o setor, tendência que se verifica também no espaço europeu. A complexidade crescente de gerir diferentes canais e gerações de produtos e sistemas distintos resulta num custo elevado por emissão de apólice. Assim, a eficiência é um driver fundamental juntamente com o desafio de simplificação, redução de custos e racionalização dos sistemas. Um trabalho cujos resultados são agora muito visíveis. Também ao nível da monitorização das auditorias de higiene e segurança no trabalho, a mesma perspetiva de consolidação e integração gerou novas iniciativas.

Melhorar o Desempenho



Racionalização de Sistemas e Procedimentos

O Plano Diretor de Sistemas é um programa estratégico em implementação desde 2009 que visa guiar as decisões na área de sistemas num prazo de cinco anos, tendo em conta as prioridades de negócio e a necessária simplificação da arquitetura de sistemas, crítica para se atingir o grau de eficiência e eficácia pretendidos na organização.

Projeto Outputs: esta iniciativa visa globalmente melhorar a qualidade dos processos existentes das companhias FM e IB, com reflexo na redução de custos operacionais, na gestão da atividade comercial e na imagem externa destas empresas.

Evolução de impressões

Redução de 17% entre 2009 e 2011

Evolução de objetos postais (faturas CTT)

Redução de 13% entre 2009 e 2011

Evolução dos custos de portes postais (faturas CTT)

Redução de 19% entre 2009 e 2011

Cumprimento da iniciativa dos outputs

99% da iniciativa encontrava-se implementada em 2011

– Focar a redução dos custos como uma prioridade:

. Criação de um sistema de agrupamento de documentos, que permitiu a gestão da periodicidade de expedição dos mesmos, bem como o controlo do processo.

. Implementação de medidas estruturais de melhoria do endereçamento postal.

. Melhoria da informação relativa aos dados dos clientes.

. Escolha de um fornecedor único de impressão e envio de correspondência.

– Melhorar o desempenho das funcionalidades disponíveis:

. Transformação tecnológica das funcionalidades existentes.

. Disponibilização massiva de 2^{as} vias dos documentos.

. Uniformização da imagem dos diversos documentos.

. Criação de simplificações na manutenção dos documentos.

A existência de tecnologias e equipas distintas foi uma das dificuldades da implementação do agrupamento de documentos. Outros constrangimentos prendiam-se com a ausência de um processo de controlo e de segundas vias de diversos documentos, bem como a existência de imagens distintas por ramo de documentos equivalentes e dependentes dos sistemas que os produziam. Aliada a estes aspetos, a existência de vários processos manuais representava também elevados custos. Estes constrangimentos não foram impeditivos do sucesso da implementação das medidas que permitem hoje obter ganhos efetivos de eficiência e eficácia.

Criado o Sistema de Gestão de Outputs, está em curso a implementação de melhorias complementares:

- Implementação de controlos e sincronizações que garantem maior coerência entre as várias aplicações.
- Uniformização do *layout* dos recibos e das condições particulares.
- Disponibilização das condições gerais na Intranet e Internet.
- Endereçamento dos documentos com introdução de código de barras para aumento da eficiência postal.
- Implementação de novos procedimentos na produção de documentos: segundas vias, frente e verso, condições de agrupamento, entre outros.
- Alteração nas funcionalidades de impressão *on-line*.
- Criação de sistema eficiente no consumo de recursos.

Práticas da Casa

Portal Intranet dedicado à prevenção e segurança: em 2011 foi lançado o portal na Intranet para as companhias FM/IB dedicado à concentração da informação sobre a formação/informação, consulta aos colaboradores nos domínios das SST, da Emergência e da Segurança Física. O portal aborda os conteúdos: 'A nossa Segurança', 'Formação/Informação', 'Riscos Profissionais', 'Incidentes/Acidentes de Trabalho', 'Organização da Emergência' e 'Saúde e Bem-Estar'. O Portal Intranet integra ainda uma ferramenta de inquéritos, através da qual é possível efetuar a consulta aos colaboradores e os testes de avaliação das ações de formação realizadas através do próprio Portal.

Monitorização Integrada das Auditorias de Higiene e Saúde no Trabalho e Segurança contra Incêndios em Edifícios

A implementação, também em 2011, de um sistema integrado de monitorização das auditorias, não apenas de higiene e segurança no trabalho, mas também de auditorias de segurança contra incêndios em edifícios, tem levado a uma maior eficiência. O interface desenvolvido com a Safemod permite que os resultados das auditorias sejam de melhor e mais rápido acesso e uma gestão mais próxima da realidade.

Os ganhos de eficiência saldaram-se na possibilidade de tratamento em sistema, das não conformidades detetadas, através do envio das medidas de prevenção a adotar pelos responsáveis da situação, quer internos, quer externos; e também pela extração do anexo SST do Relatório Único de forma célere, segura e automatizada.

Processo

Redução de três auditores/um dia para uma auditoria, para um auditor/meio-dia, num universo de 160 agências dispersas pelo país.

Compromissos 2012/2013

- Realizar ações de formação ambiental, via Portal de Prevenção e Segurança, nas agências, em matérias de SST e SCIE.
- Realização de 6 simulacros.

Dar ferramentas e desenvolver os colaboradores

Havendo um claro esforço no sentido de uniformizar os procedimentos, a margem de evolução ainda é amplamente reconhecida pelo Grupo. Os anos de 2010 e 2011 foram anos de consolidação de boas práticas ao nível da formação dos recursos humanos.

Projeto Jovens Licenciados

Este projeto de integração de jovens licenciados na empresa tem como objetivo principal, contribuir para o rejuvenescimento dos quadros superiores da mesma. Anualmente, os melhores candidatos provenientes das faculdades de gestão, economia, finanças, engenharia, matemáticas e informáticas são avaliados de acordo com o binómio que conjuga a nota de final de mestrado com o potencial de impacto no futuro da organização. Após um período inicial de conhecimento das operações da empresa, os 'jovens licenciados' iniciam a atividade de acordo com a sua área de licenciatura e/ou nas áreas técnicas identificadas com necessidades de colaboradores qualificados

Nº participantes 2011

8 participantes

Projeto E-Seguro

A criação de 8 cursos em formato *e-learning* sobre a atividade empresa de seguros com exemplos base de produtos do Grupo Caixa Seguros. Estes cursos são, essencialmente, orientados para os novos colaboradores, fornecendo-lhes informação sobre os principais conceitos, os principais fundamentos e a sua organização, quer a nível geral, quer a nível dos diferentes ramos de atividade.

Os colaboradores que já possuem experiência nesta atividade poderão também frequentar estes cursos numa perspetiva de aumento ou reciclagem de conhecimentos

Introdução
à Atividade
Seguradora

Seguro de
Acidentes
de Trabalho

Ramo Vida

Seguro
Automóvel

Seguro de
Acidentes
Pessoais

Seguro de
Responsabilidade
Civil

Seguro de
Doença/
Saúde

Seguro de
Multirriscos



ActivTraining/ActivCoaching

Em 2010 e 2011, decorreu a fase “Piloto” deste projeto visando o desenvolvimento e consolidação de competências da Rede Comercial – Agências e Mediação. Esta fase decorreu na região de Lisboa. Este é um projeto de continuidade com as transformações decorrentes da iniciativa “ActivAction”, pois potencia a melhoria de modos de funcionamento face aos objetivos fixados para a dinamização da rede comercial. Após identificação e análise dos resultados obtidos na fase “Piloto”, será definida estratégia de implementação do projeto nas restantes regiões.

Portal Intranet – Prevenção e Segurança

Implementado em 2011, o portal ‘Prevenção e Segurança’ marcou uma mudança de paradigma na sensibilização ambiental interna. A comunicação pontual da performance deu lugar a um novo ciclo de informação mais estruturado, permitindo que a formação presencial fosse reduzida em detrimento da informação lúdica e informal deste portal.

Desenvolvido internamente, este portal contém informações sobre diversas temáticas, entre as quais, Formação, Acidentes - Incidentes, Riscos profissionais, Emergências e Estatísticas. O portal contém também uma secção dedicada à resolução de problemas e todos os conteúdos se encontram acessíveis aos Colaboradores.

Sessões Temáticas Internas

Com o objetivo de promover um maior conhecimento do trabalho desenvolvido pelas diferentes áreas da Multicare, foram lançadas em 2011 um conjunto de Sessões Temáticas internas.

Com uma periodicidade mensal, estas sessões são abertas à participação facultativa dos colaboradores que pretendam aumentar o seu conhecimento sobre os temas apresentados numa perspetiva de valorização profissional e pessoal.

Nº participantes em sessões de formação (FM/IB) 2011

3728. Aumento de 18% face a 2010.

Nº de horas de formação

26.367. Diminuição de 41% face a 2010.

Investimento na atividade formativa

455.000€. Diminuição de 39% face a 2010.

Formar e Sensibilizar para Temáticas do Desenvolvimento Sustentável

Vários são os temas que têm sido alvo de sessões de informação e sensibilização dirigidos aos colaboradores e dinamizados pelo Gente com Ideias. A promoção de estilos de vida saudáveis tem sido uma das temáticas abordadas, sendo disso exemplos várias ações levadas a cabo nas instalações da empresa como, por exemplo: “Os alimentos e mitos que nos engordam” com a Professora Isabel do Carmo; “Receitas rápidas, económicas e saudáveis” com Mafalda Pinto Leite e, “Alimentação: opções saudáveis” com a Fundação Portuguesa de Cardiologia.

Ainda no âmbito da temática do bem-estar, os colaboradores tiveram oportunidade de assistir a uma palestra sobre otimismo e novas formas de viver o dia-a-dia, uma sessão conduzida pelos docentes Helena Águeda Marujo e Luís Miguel Neto da Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa.

A solidariedade esteve em destaque num workshop nas instalações do Banco Alimentar contra a Fome, com um teambuilding solidário. Também a gestão do orçamento familiar foi alvo de uma iniciativa com o apoio da DECO, para ajudar a gerir melhor o dinheiro. A promoção da leitura esteve em foco numa sessão organizada em parceria com a Leya e a APEI, com a promoção do workshop “Crescer a LER”. O lazer foi contemplado com a ajuda de uma especialista em agronomia que veio dar dicas sobre como fazer uma horta em casa.

A performance das equipas e a gestão e liderança integraram uma sessão sobre “coaching executivo”, com a apresentação de uma metodologia para ajudar numa maior eficácia profissional e pessoal.

Aliar a responsabilidade social ao negócio

O papel das empresas na sociedade é desenhado por elas próprias, à medida que compreendem o impacto que o sinistro tem na vida das pessoas. É neste contexto que partilhamos algumas iniciativas que estas empresas estão a desenvolver, procurando cada vez mais o sentido das oportunidades e das sinergias internas, que permitam maximizar este impacto social.

Compromisso We Care + | A Importância da Componente Social na Regularização dos Sinistros

Os sinistros graves são uma componente da vida das Empresas de seguros. O impacto de um acidente na vida de um ser humano pode ter efeitos devastadores para o próprio e para a sua família. A indemnização faz apenas parte da resolução prática da equação. O que faz o sinistrado gravemente condicionado com a indemnização das Empresas de seguros?

Esta reflexão levou as companhias FM e IB a analisar e identificar um conjunto de necessidades efetivas de um sinistrado grave e para as quais mais podia ser feito, no âmbito da política de responsabilidade social das companhias.

Necessidades

Criação de condições para a reintegração profissional

Incentivos para reintegração, pesquisa e aconselhamento de novas possibilidades de emprego, adaptação do local de trabalho, formação.

Aconselhamento financeiro para uma gestão sustentável da indemnização

Serviço de aconselhamento para garantia de sustentabilidade financeira do sinistrado a longo prazo.

Assistência na saúde

Identificação das estruturas de apoio existentes e recomendações, apoio à reabilitação, transportes especiais, outros.

Reintegração social e autonomia da pessoa

Acompanhamento do regresso à vida ativa, como adaptação da casa, do carro, ao desporto, apoio domiciliário, terapia ocupacional.

As Empresas de seguros podem ter um papel importante no acompanhamento dos sinistros graves, muito para além do pagamento da indemnização, e promover uma melhor qualidade de vida, nomeadamente em matéria de reintegração profissional, aconselhamento financeiro, assistência à saúde e integração social. O trabalho conjunto de várias direções desde 2011 tem conduzido a um crescimento e sistematização cada vez maiores deste projeto, que encerra em si uma lógica de criação de valor para as partes interessadas envolvidas:

– **Sinistrado:** melhoria da qualidade de vida e bem-estar, garantia da sustentabilidade financeira e apropriação de um novo sentido para a vida.

– **Cliente:** garantia da qualidade de vida do sinistrado, em caso de sinistro grave.

– **Empresas de seguros:** alinhamento com a política de responsabilidade social da empresa e reconhecimento dos sinistrados que recomendam a companhia. Por outro lado, ao nível da eficiência interna, a obtenção de poupanças provenientes de sinergias de grupo, a título de exemplo, a centralização de compras de saúde e a reintegração na cadeia de valor das indemnizações em apólices de produtos financeiros e assistência de saúde.

No futuro, os desafios da continuidade deste projeto residem na definição do fluxo de trabalho interno, na sistematização dos ganhos e na obtenção de uma maior abrangência para outros sinistrados do grupo, tirando ainda mais partido das valências internas.

Otimização da gestão de sinistros



Casos anuais trabalhados

1.209 casos/pessoas assistidas em 2010.

Intervenções/Ano

2.758 intervenções/ano.

Resultado bruto 2010

700.000€.

Total de acordos

2.965 Acordos feitos pelos peritos liquidatários em 2011.
99% dos processos que geraram incapacidades genéricas foram resolvidos por acordo.

Valores pagos

35.025 M€ liquidados, o que corresponde a 86% do valor máximo.
Cerca de 2M€ correspondem a rendas vitalícias, o que contribui para garantir uma melhor sustentabilidade financeira da pessoa sinistrada.

Caso 1

Dados

Vítima de acidente ocorrido em 15-09-2009
Ocupante do veículo seguro
Tinha 20 anos de idade
Mora em S. Teotónio, Odemira
Desempregado à data do acidente
Oriundo de família desestruturada
Vivia num barraco sem condições de habitabilidade
Incapacidade para qualquer profissão, com total dependência de terceiros
Deambula essencialmente em cadeira de rodas
Não fala mas compreende as pessoas e está lúcido

Resultados

Fornecimento de todas as ajudas técnicas adequadas
Reconstrução de uma casa adaptada
Encaminhamento para um Centro de Paralisia Cerebral em Odemira com atividades e terapia ocupacional, além de transporte adequado incluído (vaga vitalícia)

Ação

Estudo da Sustentabilidade financeira do agregado.
Acordo extrajudicial com pagamento misto, parte em capital e parte em renda vitalícia

Caso 2

Dados

Vítima de acidente ocorrido em 05-11-2010
Ocupante do veículo seguro
Tinha 47 anos de idade, casada, 1 filha de 15 anos
Mora em Gandra, Paredes
Empregada fabril no desemprego
Oriunda de família em risco, com recusa de qualquer intervenção social externa
Incapacidade para qualquer profissão, com total dependência de terceiros
Assistência médica e medicamentosa vitalícia
Necessidade de ajudas técnicas diversas

Resultados

Fornecimento das ajudas técnicas adequadas
Verificação de barreiras arquitetónicas
Sinalização no Centro de Medicina e Reabilitação Rovisco Pais, para acompanhamento em consultas e referenciado o caso na Assistente Social Local

Ação

Estudo da Sustentabilidade financeira do agregado
Efetuado acordo extrajudicial com pagamento misto, parte em capital e parte em renda vitalícia

Uma Resposta Ágil para um Melhor Serviço ao Cliente

No final de 2011, a Caixa Seguros teve uma atuação imediata e ágil no âmbito das intempéries ocorridas nas zonas Norte e Oeste do país. Poucas horas após o pico das catástrofes, os peritos estavam já nos locais mais afetados, procurando avaliar de imediato a extensão dos danos, de modo a resolver grande parte dos sinistros nos primeiros dias.

A ocorrência de catástrofes naturais, cada vez mais frequentes no nosso país – como foi, a título de exemplo, o caso da Madeira em 2010 – exige uma rápida intervenção junto daqueles que veem os seus bens danificados por ações desta natureza. Esta resposta ágil tem sido possível devido ao Plano de Intervenção em Situações de

Intempéries definido na Caixa Seguros (nomeadamente entre a FM, a IB e a GEP), que permite alocar imediatamente recursos às zonas mais afetadas, com peritagens patrimoniais porta a porta que asseguram um verdadeiro serviço ao cliente, sobretudo num momento crucial de preocupação e incerteza para as populações.

A aposta continuará a ser a de concertar esforços e criar condições logísticas indispensáveis para o levantamento dos locais afetados, por um lado, e, por outro, condições de estrutura que permitem que nestas situações excecionais a peritagem seja efetuada antes da abertura do processo. O grande objetivo partilhado pela FM, IB e GEP é o de resolver 80% a 90% dos sinistros nos primeiros dias de intervenção.

Tempestades na zona Norte do país (Outubro 2011)

548 processos

460 casos encerrados (48 recusados e os restantes indemnizados)

1.114.370€ de indemnizações

Tempestades na zona Oeste do país (Novembro 2011)

120 processos

93 casos encerrados (14 recusados e os restantes indemnizados)

Colocar a sustentabilidade na ordem do dia

Tornar a sustentabilidade num elemento enquadrado no dia-a-dia dos colaboradores tem sido uma preocupação desde o início deste programa. A solidariedade, os estilos de vida saudáveis, a saúde e o exercício físico, a literacia financeira e a promoção da poupança e, ainda, o estímulo à cultura têm sido temas trabalhados junto dos colaboradores. O website 'Gente com Ideias' continua a ser um motor do envolvimento e da participação dos colaboradores em torno destas e de outras temáticas.

A Sustentabilidade na ordem do dia



Iniciativas

67 Ações, entre as quais:
 9 sobre estilos de vida ativos;
 7 de estímulo à cultura
 5 sobre poupança reforma
 3 rastreios de saúde;
 3 sobre ambiente;
 2 de prevenção rodoviária

Newsletters

15 (2011)

Visitas

44.935 visitas (2011)

Mais Proximidade

Num universo de cerca de 3.300 colaboradores, é grande a motivação para aproximar as pessoas e estimular o conhecimento mútuo de gostos e preferências, de uma forma simples e informal. Através da iniciativa "quem é quem", os colaboradores são convidados a responder a um custo questionário. Desde maio de 2010, dois colaboradores são apresentados todos os meses, sendo esta informação partilhada no website interno 'Gente com Ideias'.

Na mesma linha de gerar a proximidade e promover a abertura, foi criada a iniciativa "Conversas ao café com o Presidente", que permite a vários colaboradores, apresentados no "Quem é quem?", colocarem pessoalmente as suas questões ao presidente, num encontro informal e descontraído. Desde o início desta ação, 40 colaboradores participaram nestas conversas.

Primeiro Dentro de Casa

A Iniciativa 'Ajudar Cá Dentro' foi desenvolvida no âmbito da valorização pessoal dos colaboradores do Grupo nas instalações das suas empresas ou em condições mais favoráveis para os próprios. Reunindo um vasto leque de atividades, tais como aulas de inglês, aulas de teatro, aulas de pintura, aulas de ginástica laboral e *workshops* temáticos, ao abrigo do 'Ajudar Cá Dentro' foram também estabelecidas parcerias com entidades que beneficiam os colaboradores do Grupo de descontos apelativos.

Ainda na lógica da preocupação com o apoio aos colaboradores e atendendo ao peso da aquisição dos manuais escolares no orçamento familiar, sobretudo no início do ano escolar e em situações de mais do que um filho nestas idades, foram concedidos diversos apoios e facilidades de financiamento para a aquisição dos manuais escolares. Com esta ação, procurou-se contribuir para o equilíbrio financeiro das famílias dos seus colaboradores.

Uma Bolsa de Favores a Preço de Amigo

A iniciativa denominada de 'Bolsa de Favores' pretendeu reforçar a solidariedade interna junto do universo dos colaboradores do Grupo Caixa Seguros. Considerando que as pessoas podem ter objetos que já não usam em bom estado para dar ou para vender "a preços de amigo", existe um diversificado número de oportunidades e opções de transação. Através do preenchimento de um pequeno formulário, todos os colaboradores podem publicitar o bem que têm para vender a "preço de amigo" no website interno 'Gente com Ideias'.

Voluntariado Empresarial



De Mão Dada com a Solidariedade

A já conhecida ação “Pé-de-Meia” continua a marcar presença nas iniciativas do Gente com Ideias. Trata-se de um projeto que visa assegurar o valor necessário para uma determinada causa, com o apoio dos colaboradores (mínimo, 1€ por colaborador) que ficam habilitados a um prémio que, por sua vez, é doado por fornecedores da empresa. Em 2010, o projeto escolhido foi a melhoria das condições da residência da Cercidiana para pessoas com deficiência de Évora, tendo sido angariado o montante de 5.346€. Em 2011, o desafio foi recolher um donativo e uma boa ideia para melhorar a vida dos habitantes das Aldeias SOS Bicesse; foram angariados 3.012€ para o reequipar a lavandaria desta instituição.

Ainda no âmbito da solidariedade, realizaram-se várias iniciativas de promoção do voluntariado empresarial.

Mais Fácil Aprender Sobre Seguros

Através de passatempos e ferramentas interativas sobre as vantagens e o funcionamento de um seguro, o Grupo promove algumas ações de literacia de seguros em formato lúdico-pedagógico. As rubricas “Segure-se à Saúde”, “Reforma Dourada”, “Segure o seu animal”, “Sabe preencher uma DAAA” e “Tive um acidente. E agora?” permitiram aos participantes aumentar o seu conhecimento sobre aspetos importantes relacionados com os seguros, de uma forma fácil e divertida. No futuro, será dada continuidade a esta iniciativa.

Mais Saúde e Bem-estar

A tónica neste tema tem sido uma recorrente na ação global do Gente com Ideias. Desde workshops, rastreios ou aulas de ginástica laboral, várias têm sido as iniciativas que sensibilizam os colaboradores para a importância de estilos de vida ativos. A título de exemplo, a Multicare ofereceu aos colaboradores rastreios gratuitos, assegurados por uma equipa de enfermeiros e um médico nutricionista da Fundação Portuguesa de Cardiologia. O número de colaboradores rastreados foi de 571.

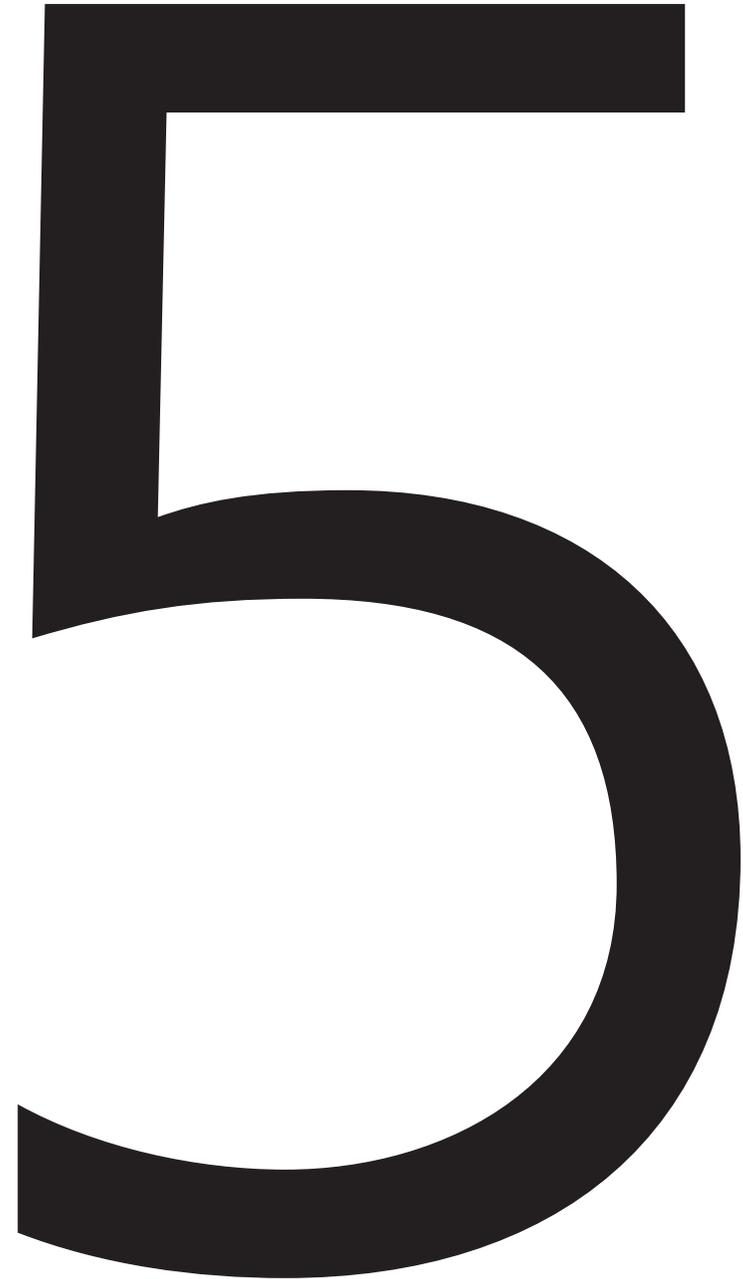
As Empresas de seguros do Grupo Caixa Geral de Depósitos convidam os leitores a navegarem no website gentecomideias.com.pt para obterem conhecimento de outras iniciativas de Responsabilidade Social.







Que compromissos definir? Que performance queremos alcançar? O que é crítico melhorar?
O desafio constante de sermos melhores leva-nos a procurar superar resultados e alcançar novos patamares de desempenho.



Projetar o Futuro



Prestar contas sobre o desempenho não implica apenas uma abordagem sobre resultados passados. É um exercício de reflexão sobre o futuro, sobre novos compromissos e metas que as empresas se propõem alcançar, visando uma melhor performance, eficiência e qualidade do serviço. Partilhamos, por isso, os compromissos para 2012/2013 que nos parecem mais relevantes no contexto atual.

Ciclo de Compromissos 2012/2013

Integração da Sustentabilidade nos produtos

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Ambiente e Alterações Climáticas + Estilos de Vida Saudáveis	Desenvolver um seguro Auto para jovens que promova um comportamento responsável e uma condução eficiente da qual resultam menos emissões de CO2. Conseguir uma taxa de penetração de 55% no segmento onde se enquadra o produto Jovem até 2014.	Lançar o OK! Jovem, um produto baseado na tecnologia de georreferenciação já utilizada no OK! GPS, que promove uma condução eficiente e responsável da qual resultam menos emissões de CO2.	2012-2013
	Promoção das boas práticas empresariais ao nível ambiental.	Desenvolvimento de produtos que incorporem preocupações ambientais.	2012-2013
Envelhecimento da população	Inovação nos produtos como promotor do equilíbrio.	Oferta de seguros de saúde sem limite de idade.	2012
	Disponibilização de soluções alternativas de poupança.	Desenvolvimento da Oferta Global de Poupança.	2012
	Melhorar os serviços de assistência.	Implementação de melhorias no pacote de assistência nos produtos de saúde e criação de novos serviços.	2012/2013
Saúde e estilos de vida saudáveis	Promoção da acessibilidade generalizada a seguros de saúde.	Planos de cartões de saúde.	2012-2013
	Promoção de comportamentos de prevenção na área da saúde.	Planos de cartões de saúde.	2012-2013
	Melhorar, alargar e promover a Rede de Serviços Complementares.	Desenvolvimento/melhoria da plataforma informática de apoio/gestão da rede de serviços complementares.	2012/2013
		Alargamento dos serviços complementares.	2012/2013
		Implementação de ações de divulgação da rede junto de Clientes.	2012/2013
	Atuar ao nível da prevenção.	Implementação de medidas de melhoria do pacote de medicina preventiva, incluindo na Oferta Global de Saúde exames / análises e alargamento do n.º de prestadores.	2012
		Inclusão de rastreio oftalmológico / auditivo no pacote de medicina preventiva para crianças com 5 e 10 anos.	2012
		Lançamento de pacote de medicina preventiva "premium" no plano Total.	2012
	Promover hábitos de vida saudáveis.	Patrocínio de ações relacionadas com a promoção da saúde.	2012
Promoção e divulgação do conhecimento.	Patrocínio de conferências de saúde (exp: Conferência da Saúde na Covilhã; Jornadas de Medicina Dentária; Jornadas ROR Sul).	2012	
Inclusão Social	Promoção da acessibilidade generalizada a seguros de saúde.	Planos de cartões de saúde.	2012-2013
	Disponibilização de soluções adequadas a segmentos de clientes específicos.	Promoção de soluções que facilitem o pagamento dos seguros.	2012-2013

Qualidade do serviço e satisfação do cliente

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Satisfação do cliente/ disponibilidade de informação/estudos	Avaliar satisfação saúde (utilizadores + clientes); clientes acidentados de trabalho e sinistrados.	Estudos.	2013
Eficácia e eficiência do serviço	Concluir o Estudo de Viabilidade Projeto de Regularização Sinistros por Avarias Elétricas, com processo de recolha e encaminhamento para Centros de Reciclagem e posterior abate, dos aparelhos elétricos não reparáveis.	Regularização de Sinistros por Avarias Elétricas.	2012
	Renovar a certificação pela norma ISO 9001.	Certificação Norma ISO 9001.	2013
	Concluir o espaço em falta entre Torres Vedras e Coimbra, para que toda a faixa litoral do País, incluindo Algarve, fique dotada de Serviço de Reboque com GPS.	Instalação de equipamentos GPS.	2013
	Dotar outros rebocadores noutras zonas com maior densidade de trânsito automóvel, nomeadamente, nas Capitais de Distrito em falta.	Instalação de equipamentos GPS.	2013
	Obter um valor médio de reparação de 973,15€.		2012
	Obter um preço hora de 30,55€.		2012
	Alcançar os 7 dias úteis para a concretização das averiguações automóvel.		2012
	Obter 0,99% de taxa de reclamações de averiguações automóvel.		2012
	Alcançar os 8 dias úteis para a concretização das averiguações de acidentes de trabalho.		2012
	Obter 0,99% de taxa de reclamações de averiguações de acidentes de trabalho.	Desenvolvimento de várias ações que permitam melhorar a performance operacional.	2012
	Alcançar os 5,2 dias úteis para a concretização das peritagens - multirriscos.		2012
	Obter 0,40% de taxa de reclamações dos clientes - multirriscos.		2012
	Alcançar os 40 dias úteis para a concretização das peritagens - RI e Engenharia.		2012
	Obter 0,40% de taxa de reclamações dos clientes - RI e Engenharia.		2012
Alcançar os 40 dias úteis para a concretização das peritagens - grandes riscos.		2012	
Obter 0,40% de taxa de reclamações dos clientes - grandes riscos.		2012	
Formação dos Colaboradores	Apostar no desenvolvimento de competências dos Colaboradores Cumprir o plano de formação da Via Directa (ações planeadas vs ações realizadas).	Inclusão de Formação de Inglês e Novos Ramos no Plano de Formação da Via Directa.	2012-2013
Diálogo e Comunicação com os Colaboradores	Promover a melhoria contínua da Comunicação Interna Criar novas funcionalidades (OK news e Diário da OK) até final de 2012.	Desenvolver e otimizar conteúdos na Intranetok.	2012
Gestão das Reclamações	Reforçar o desempenho de toda a Companhia no tratamento de Reclamações Atingir média de 5,5 dias no TMR a reclamações (Tempo Médio de Resposta) e de 2.0 na Permilagem das Reclamações VD/UR.	Reduzir o TMR e diminuir a taxa de incidência do nº reclamações/unidades de risco.	2012-2013
O cliente no centro da organização	Auscultação permanente do nível de satisfação relativamente aos processos de regularização de sinistros.	Avaliação da Satisfação com a Resolução de Sinistros através da realização de inquéritos a sinistrados (clientes e terceiros).	2012-2013

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
	Melhorar a qualidade do atendimento a clientes.	Avaliar a qualidade do atendimento efetuado nas Lojas Franshisadas, através da realização de "mystery shops".	2012-2013
	Segmentação de clientes e de estabelecimento de propostas de valor ajustadas a cada segmento.	Disponibilização do serviço Premium.	2012-2013
	Implementação de uma maior ligação da Grupo aos seus clientes.	Desenvolvimento de ações de gestão ativa de clientes e canais no âmbito do ciclo de relacionamento com clientes.	2012

Estrutura comercial e envolvimento dos parceiros - mediadores

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Capacitação dos mediadores	Atingir a formação de 95% dos mediadores pelo ISCTE.	Formação de mediadores pelo ISCTE.	2013
	Efetuar uma ação por ano do "Eu Mediador".	"Eu Mediador".	2013
	Dar continuidade ao processo cirúrgico dos gestores de clientes.	Projeto Gestores de clientes.	2013
	Incrementar a formação comportamental.	Formação.	2013
Consulta aos mediadores	Realizar a 3.ª edição do questionário aos mediadores.	Questionário.	2013
Envolvimento dos mediadores	Auscultação permanente da qualidade do relacionamento com o Grupo Caixa Seguros.	Inquérito a Mediadores com o objetivo de diagnosticar o nível de satisfação no relacionamento com o Grupo e também a opinião em relação ao desenvolvimento do respetivo negócio e desempenho.	2012-2013
	Racionalização e potenciação do esquema de remuneração da rede de mediação.	Análise e diagnóstico da atual situação e desenvolvimento de nova proposta de implementação.	2012-2013

Impacto na Cadeia de Valor

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Sustentabilidade nas Oficinas	Expansão da Rede HAC (Help a Car) a todos os Dsitritos/Concelhos onde as seguradoras têm maior sinistralidade.	Constituição de 30 a 35 oficinas HAC.	2013
	Consolidar o processo de certificação das oficinas.	Certificar 6 oficinas ROR com o grau de certificação 4 estrelas, das quais 4 aderirão ao Projeto Help-a-Car.	2012
		Certificar 4 oficinas ROR com o grau de certificação 5 estrelas, das quais 3 aderirão ao Projeto Help-a-Car.	2012
	Consolidar o processo de certificação das oficinas.	Certificar 20 oficinas ROR com o grau de certificação 4 estrelas.	2013
		Certificar 10 oficinas ROR com o grau de certificação 5 estrelas.	2013

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Sustentabilidade da Via Directa	Promover o cross selling, oferecendo seguros de outros ramos ainda mais acessíveis. <ul style="list-style-type: none"> • Obter uma taxa de penetração de 5% do OK! Casa até 2014 com os clientes atuais via cross selling. • Apresentação do Produto do ramo de acidentes pessoais a toda a carterira de clientes • Obter uma taxa de penetração de 2% com os produtos OK! acidentes pessoais + OK! Viagem + OK! Desporto até 2014. 	Continuar a promover o OK! Casa e Lançar o ramo de Acidentes Pessoais.	2012-2013

Gestão de Recursos

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Sensibilização Ambiental Interna	Sensibilizar os colaboradores para a redução de consumos. Realizar uma campanha de sensibilização até ao final de 2012".	Realização de Acções/Comunicações de Sensibilização.	2012
Autonomia do Mediador Utilização de plataformas Medinet e ADN	Atingir uma Taxa de penetração (total de transações) Medinet ADN de 45%.		2013
Gestão ambiental interna	Aumentar o conhecimento nas matérias de Higiene Saúde e Segurança no Trabalho (HSST) e Segurança contra Incêndios em Edifícios (SCIE) junto dos colaboradores.	Realização de Formações nas matérias de SST e SCIE a 500 formandos (250 formandos cada ano).	2013
	Preparar os colaboradores para situações de deflagração de incêndios.	Realização de 6 simulacros em edifícios centrais.	2013
	Sensibilizar para a melhoria do desempenho do consumo de água e de energia dos edifícios.	Divulgação junto dos colaboradores dos consumos de água e energia das agências onde desempenham as funções (compromisso abrange todas as agências do Grupo).	2013
	Otimizar outputs e arquivos.	Redução no valor de 400.000€ nos custos totais afetos ao envio de documentação em papel para clientes. Envio para reciclagem de 300 toneladas depositadas em arquivo.	2013 2013

Transparência

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Arbitragem e Resolução de conflitos	Apostar no alargamento do âmbito de atuação do CIMPAS.	Privilegiar as soluções alternativas de resolução de conflitos (não judicial).	2012-2013
	Manutenção do baixo número de casos resolvidos através de contencioso.	Manutenção da taxa de litigância inferior a 1%.	2012-2013
	Redução do número de reclamações no seguro automóvel FM/IB.	Manutenção da taxa de reclamações inferior a 9%.	2012
Alargamento do âmbito do Serviço de Defesa e Reclamação	Implementação do projeto We Care Plus. Acompanhamento das pessoas sinistradas através da aquisição de seguros de vida para as mesmas, com rendas crescentes e vitalícias.	Conversão de 1,2 M€ em prémios de seguros de vida do Grupo.	2012
		Conversão de 1,5 M€ em prémios de seguros de vida do Grupo.	2013
	Apoiar o sinistrado da FM/IB quando não tem culpa, prestando conselhos ao próprio e à Companhia do culpado.	Prestação deste serviço de apoio a 2000 clientes.	2012

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Compliance	Garantir a atualização e divulgação do Manual de Compliance junto dos colaboradores.	Atualização do Manual de Compliance.	2012
	Prosseguir a implementação da 2ª fase do Programa de Visitas de Compliance.	Desenvolvimento do programa de visitas de Compliance.	2012
	Melhorar os sistemas de prevenção de branqueamento de capitais.	Implementação do programa de formação e-learning em prevenção e branqueamento de capitais e financiamento do terrorismo.	2013
		Implementação do software de client profiling.	2013

Investimento na comunidade

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Apoio à comunidade local	Lançar um projeto que envolva a comunidade local de edifícios das companhias (começando pelo Chiado).	Teste e implementação do projeto "+ 1 avó".	2013
Inclusão social	Promover a acessibilidade e o uso de novas tecnologias junto de idosos carenciados.	Colocação/ distribuição de 500 computadores em lares de idosos carenciados.	2013

Colaboradores

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Solidariedade interna	Desenvolver o projeto "Ajudar Cá Dentro".	Disponibilização de aulas de inglês, aulas de teatro, aulas de pintura, aulas de ginástica laboral, Grupo de pais.	2012
Retenção de talentos	Apostar na retenção de talentos. Realizar 2 ações por ano.	Programa de estudo de Perfis de Competências, para integração em novos projetos da Companhia.	
Envolvimento dos colaboradores	Promover iniciativas de desenvolvimento dos colaboradores. Participação total dos colaboradores inscritos no Projeto Semana Aberta até ao final do ano de 2013.	Projeto Semana Aberta.	

Comunicação e envolvimento sobre temas relacionados com o Desenvolvimento Sustentável

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Prevenção rodoviária	Promover a condução defensiva junto dos parceiros de negócio.	Realização de formação sobre Condução Defensiva junto de 200 Mediadores do Projeto Alpha e Corretores.	2013
Literacia financeira	Sensibilizar para o tema da literacia financeira.	Introdução do tema da literacia financeira na formação a mediadores.	2013
	Sensibilização interna para o tema da literacia dos seguros.	Realização de 12 Passatempos "Divirta-se com os seguros".	2013
Ambiente	Envolver parceiros de negócio numa ação relacionada com proteção ambiental.	Parceria para implementação de sinalética no Instituto Superior de Agronomia.	2013
	Sensibilizar os colaboradores para a temática ambiental.	Realização de dois workshops dirigidos a colaboradores sobre o tema.	2013

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Estilos de vida saudáveis	Sensibilizar os colaboradores para a aposta num estilo de vida saudável.	Reedição do programa contrapeso.	2013
	Sensibilizar os colaboradores para a aposta num estilo de vida saudável.	Realização de 4 Workshops relacionados com tema.	2013
	Sensibilizar os colaboradores para a aposta num estilo de vida saudável.	Realização de 1 Bike Paper.	2013
	Sensibilizar os colaboradores para a aposta num estilo de vida saudável.	Promoção de Aulas de Ginástica Laboral nas instalações.	2013
	Sensibilizar os colaboradores da Multicare para a aposta num estilo de vida saudável.	Realização de aulas de culinária saudável e divulgação de produtos alimentares biológicos junto dos colaboradores. Realização de cinco ações de "teambulding" que promovam hábitos de vida saudáveis".	2012
Comunicação interna sobre os temas	Desenvolver conteúdos para informar e sensibilizar os colaboradores e implementar iniciativas várias de participação e envolvimento.	Realização de 12 ações várias de informação e envolvimento dos colaboradores (a título de exemplo: workshops, iniciativas Educação Parental, colunas com consultório de Especialistas em Nutrição e Educação parental, recolhas solidárias, ações de voluntariado, passatempos temáticos, parcerias, rastreios, entre outras).	2013
Comunicação externa sobre os temas e o desempenho	Dinamizar o site externo sobre o compromisso do Grupo com o desenvolvimento sustentável, no sentido de uma prestação de contas periódica.	Realização de um relatório intermédio de desempenho relativo ao ano de 2012.	2013
		Realização do terceiro relatório de sustentabilidade relativo ao desempenho de 2013.	2014

Gestão da sustentabilidade

Eixo de atuação	Objetivos	Ações	Prazo
Dinamização das estruturas internas	Realizar pelo menos três reuniões com a equipa do Comité de Sustentabilidade.	Realização de reuniões/encontros.	2012
	Formar os focal points na gestão da sustentabilidade.	Realização de workshop de 4h para a equipa.	2012







O que assinala o nosso dia-a-dia? Que práticas podemos ainda referir?
É importante passar em revista algumas das iniciativas que também contribuem para descrever o desempenho destas empresas.

Em revista



Porque as práticas das seguradoras do Grupo CGD não se esgotam no que é apresentado e detalhado neste documento, não queremos deixar de assinalar outras iniciativas que marcam a diferença nos vários contextos onde ocorrem e que demonstram uma abordagem transversal comum destas empresas na implementação de melhores práticas de desempenho e envolvimento com as partes interessadas.



Envolvimento dos colaboradores

Reflexão estratégica alargada - Safemode

Envolvimento dos colaboradores na reflexão sobre os serviços prestados, com vista à otimização de recursos e processos da empresa.

Concurso de ideias - Multicare

Anualmente é realizado um Concurso de Ideias através do qual se “elegem” as três melhores propostas relacionadas com a atividade da Multicare e enquadradas na “ideia força” do concurso, que nas duas edições realizadas teve temas como a “criatividade” e, nesta última edição, a “eficiência”. Esta iniciativa visa o reforço do envolvimento dos colaboradores na constante preocupação de melhoria da qualidade de serviço, na criação de processos inovadores, simples e eficientes, orientados para satisfazer as expectativas e necessidades dos seus clientes, num “clima” de responsabilidade social.

News Gep Letter - Gep

Lançamento, em 2010, do primeiro número como meio de aproximação com os colaboradores, incluindo os prestadores de serviço, sendo atualmente um veículo institucional de comunicação da Empresa.

A Família dos colaboradores

Sessão de Cinema Disney com filhos dos colaboradores – Gente com Ideias

Na altura da Páscoa, os filhos e netos dos colaboradores com idades até aos 13 anos foram convidados a assistir a uma das sessões de cinema de “Toy Story 3” e outras animações. Esta iniciativa contou com a participação de 300 crianças.

Consumo mais sustentável de recursos

Sensibilização – Todas as empresas

Campanhas e informação para promover o uso dos locais de reciclagem, tanto da parte dos colaboradores da companhia como da parte dos técnicos de limpeza.

Frota FM e IB

Adoção de critérios rigorosos em termos de emissões de CO2 no que respeita à frota das companhias.



Maior eficiência com alteração de processos

Documentação OK!

Eliminação, sempre que possível, da impressão de documentos para o cliente, com a dinamização da área privada.

Novas regras de utilização do papel – Safemode

Na transição para a marca Safemode, optou, optou-se por não produzir mais papel timbrado, o que resulta numa redução do consumo de papel com informação específica.

Reciclagem do estacionamento – Safemode

Com a adoção da marca Safemode (2011), foi necessário recolher o estacionamento com o logótipo da EAPS, tendo havido o cuidado de o canalizar para a reciclagem.

Envio de documentos para os clientes via email

Este projeto permitirá mais segurança (cessam os problemas relacionados com eventuais erros de endereçamento), mais comodidade para o cliente (que pode copiar, gravar os seus documentos, em qualquer momento), responsabilidade ecológica (contribui para a proteção do ambiente através da redução do consumo de papel e do seu transporte).

Nova plataforma SAP BO (Business Objects) - Gep

Disponibilização de uma enorme bateria de indicadores de negócio que permite desenvolver correções e melhorias, com o intuito de ir ao encontro da satisfação do cliente.

Iniciativas com os mediadores

Elaboração de Manual de Boas Práticas em Recrutamento, Seleção, Dinamização e Formação de Gestores de Cliente

Manual que compila e dissemina boas práticas junto de toda a estrutura comercial, no que se refere ao segmento de mediadores - Gestores de clientes.

Consulta junto dos clientes

Inquérito aos clientes - Multicare

Desde 2007 que a Multicare promove a realização de inquéritos de satisfação de clientes. Os níveis de satisfação têm sempre uma dinâmica de crescimento com o último resultado de 83,9% no que se refere à satisfação geral e com 90,5% no que se refere ao cumprimento.

Cliente Mistério - Multicare

Porque os serviços prestados aos clientes Multicare pelos prestadores constituem a verdadeira tradução do seguro contratado e do nível de serviço experimentado, entendeu-se ser necessária esta prestação através da realização de uma ação de Cliente Mistério.

Esta ação visa uma análise sobre o cumprimento dos procedimentos estabelecidos, a cortesia e celeridade no atendimento bem como a sensibilidade à urgência dos clientes, tema tão crítico quando falamos de saúde.



Poupança e orçamento familiar

Ferramentas para gestão do orçamento familiar e poupança – Gente com Ideias

Disponibilização de uma ferramenta de gestão de finanças pessoais para download e de um manual de poupança, com dicas para o dia-a-dia.

Gestão do conhecimento

Customização das ações de formação – FM e IB

Utilização de exemplos do dia-a-dia dos formandos para dinamizar as ações de formação, com o objetivo de a tornar mais apelativa e facilitando a aquisição de conceitos.

Elaboração de manuais de utilização da aplicação que gere Sistema de Gestão de Desempenho – FM e IB

Criação de guia de navegação na aplicação deste Sistema para proporcionar ao utilizador um guia de navegação na aplicação.

Solidariedade e voluntariado

Vamos com as crianças ao museu – Gente com Ideias

Os colaboradores inscritos na bolsa de voluntários do Grupo foram desafiados a acompanharem um grupo de crianças carenciadas do ATL do Centro Social e Paroquial da Baixa da Banheira ao Museu da Eletricidade.

Saber ouvir – Gente com Ideias

Os colaboradores da bolsa de voluntários foram também convidados para passar uma tarde com os idosos da Associação Infanta Dona Mafalda (Campolide, Lisboa), ouvir as suas histórias, conhecer e aprender com as suas experiências e fazer companhia a quem tanto a aprecia.

Estilos de vida ativos

Estilos de vida ativos – Programa Contrapeso – Gente com Ideias

Programa de combate à obesidade – sessões de grupo.

Promover a mobilidade sustentável e a utilização da bicicleta – Gente com Ideias

Para incentivar a deslocação de bicicleta para o trabalho, foram criadas facilidades de estacionamento deste meio de transporte nas garagens dos edifícios do Grupo. Ainda neste âmbito, foi criado um passatempo sobre prevenção rodoviária para relembrar as regras de circulação.

Declaração de verificação





Ao Conselho de Administração das
empresas do grupo Caixa Seguros

Verificação independente **do Relatório de Sustentabilidade 2010/2011**

Introdução

Fomos solicitados pelas empresas do grupo Caixa Seguros (Caixa Seguros), para procedermos à verificação independente do "Relatório de Sustentabilidade 2010/2011" (Relatório). A verificação foi efetuada de acordo com as instruções e critérios definidos pela Caixa Seguros, referidos e divulgados no Relatório, e com os princípios e a abrangência descritos no Âmbito.

Responsabilidades

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

Âmbito

Os nossos procedimentos de revisão foram planeados e executados de acordo com o *International Standard on Assurance Engagements 3000* (ISAE 3000), e com referência ao *Global Reporting Initiative*, versão 3.1 (GRI3.1), de forma a obter um grau moderado de segurança sobre a adequação da informação constante do Relatório bem como dos sistemas e processos que lhe servem de suporte. A extensão dos nossos procedimentos é menor que a de uma auditoria e, por consequência, o nível de fiabilidade é mais baixo, consistindo em indagações e testes analíticos e algum trabalho substantivo.

A nossa verificação teve por âmbito os dados relativos aos indicadores de desempenho GRI e indicadores específicos da Caixa Seguros, referentes aos anos 2010 e 2011, das empresas Império Bonança e Fidelidade Mundial, constantes do Relatório e documentos complementares "Relatório de Desempenho" e "Tabela GRI".

Relativamente à verificação da auto avaliação feita pela gestão dos níveis de conformidade do GRI3.1, o nosso trabalho consistiu na verificação da consistência com os requisitos da *GRI's Reporting Framework Application Levels*.

Parte da informação requerida pelo GRI3 está disponível no "Relatório e Contas 2011", documento que deverá ser consultado para obtenção de um entendimento completo sobre as atividades desenvolvidas, governo da sociedade e desempenho do Grupo.

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

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

Tel +351 213 599 000, Fax +351 213 599 999, www.pwc.com/pt

Matriculada na Conservatória do Registo Comercial sob o NUPC 506 628 752, Capital Social Euros 314.000



PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda, pertence à rede de entidades que são membros da PricewaterhouseCoopers International Limited, cada uma das quais é uma entidade legal autónoma e independente. Inscrita na lista das Sociedades de Revisores Oficiais de Contas sob o nº 183 e na Comissão do Mercado de Valores Mobiliários sob o nº 9077



Nesta verificação independente, os nossos procedimentos consistiram em:

- (i) Indagações à gestão e principais responsáveis das áreas em análise para compreender o modo como está estruturado o sistema de informação e a sensibilidade dos intervenientes às matérias incluídas no relato;
- (ii) Identificar a existência de processos de gestão internos conducentes à implementação de políticas económicas, ambientais e de responsabilidade social;
- (iii) Verificar numa base de amostra a eficácia dos sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato que suportam a informação de desempenho supracitada, através de cálculos e validação de dados reportados;
- (iv) Confirmar a observância de determinadas unidades operacionais às instruções de recolha, agregação, validação e relato de informação de desempenho;
- (v) Executar, numa base de amostra, alguns procedimentos de substanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;
- (vi) Comparação dos dados financeiros e económicos com os constantes do "Relatório e Contas 2010" "Relatório e Contas 2011" pelo auditor financeiro externo;
- (vii) Confirmar a existência de dados e informações requeridos para atingir o nível B, auto declarado pela Caixa Seguros, pela aplicação dos níveis do GRI3.1.

Conclusões

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

Tendo por base a nossa verificação do Relatório e das Diretrizes do GRI3.1, com os pressupostos incluídos no âmbito, concluímos que o Relatório inclui os dados e a informação requeridos para o nível B previsto no GRI3.1.

Lisboa, 7 de setembro de 2012

PricewaterhouseCoopers & Associados, S.R.O.C., Lda.
representada por

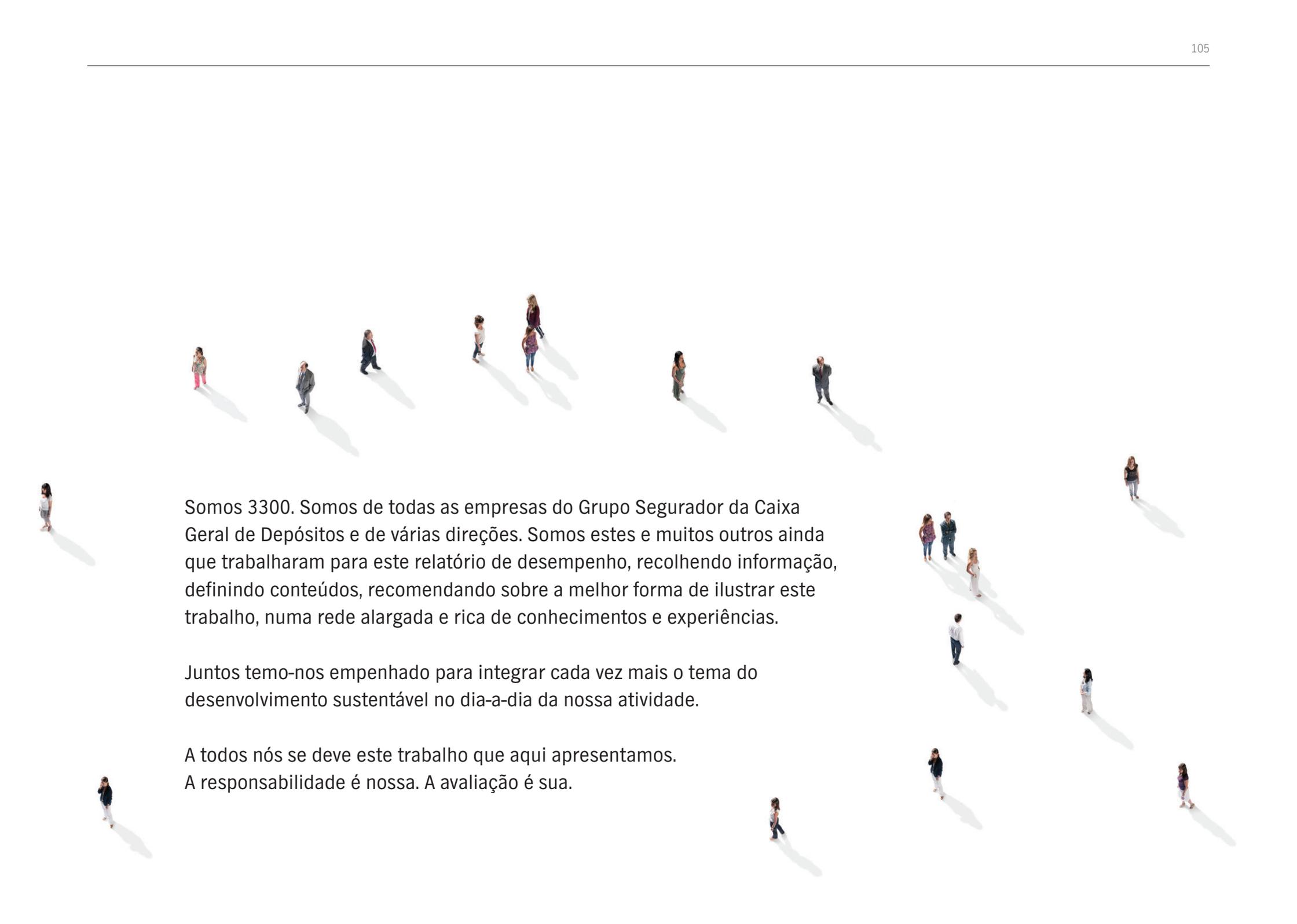
António Joaquim Brochado Correia, ROC

Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A.

PwC



**AJUDÁMOS A CONSTRUIR
ESTE RELATÓRIO**



Somos 3300. Somos de todas as empresas do Grupo Segurador da Caixa Geral de Depósitos e de várias direções. Somos estes e muitos outros ainda que trabalharam para este relatório de desempenho, recolhendo informação, definindo conteúdos, recomendando sobre a melhor forma de ilustrar este trabalho, numa rede alargada e rica de conhecimentos e experiências.

Juntos temo-nos empenhado para integrar cada vez mais o tema do desenvolvimento sustentável no dia-a-dia da nossa atividade.

A todos nós se deve este trabalho que aqui apresentamos.
A responsabilidade é nossa. A avaliação é sua.





NÓS - “making of”

Ficha Técnica

Título | Relatório de Sustentabilidade das Seguradoras do Grupo CGD 2011

Propriedade | Caixa Seguros e Saúde SGPS, S.A. (Fidelidade Mundial, Império Bonança, Multicare, OK! teleseguros, CARES, Safemode, GEP)

Direção | Gabinete de Comunicação e Imagem

Consultores | Sair da Casca - Consultoria em Desenvolvimento Sustentável

Direção de Arte e Produção | Liquid Design

Fotografia | Imagens de arquivo, José Manuel Vasconcellos e Paulo Muge

Video | Realização: Luís Correia; Imagem: Madalena Boto | Lx Filmes

Impressão | Eurodois

Tiragem | 200 exemplares

Data | Setembro 2012





PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS SEGURADORAS DO GRUPO CGD
Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A.