

12

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2012/2013
FIDELIDADE GRUPO SEGURADOR

13

A PROXIMIDADE NO CENTRO DA MUDANÇA

PROXIMIDADE

MUDANÇA

MUDAMOS...

nestes últimos dois anos. Nasceu a Fidelidade, uma marca única das Companhias que até então operavam sob o desígnio comercial de Fidelidade Mundial e Império Bonança. Temos um novo acionista. Focámo-nos na internacionalização porque queremos expandir ainda mais o nosso negócio e estar mais perto das comunidades luso-descendentes. Aperfeiçoámos os nossos processos para obter ganhos de eficiência e melhorar continuamente a satisfação dos nossos clientes. Lançámos produtos inovadores que dão resposta a problemáticas sociais. Apostámos na formação dos nossos colaboradores. Promovemos a capacitação dos nossos mediadores e contribuimos para o crescimento do seu negócio. Estivemos atentos às necessidades da comunidade.

É por isso que...

ESTAMOS MAIS PRÓXIMOS...

dos nossos clientes. Dos nossos colaboradores. Da nossa rede de mediadores. Dos nossos parceiros. Da sociedade. Porque queremos continuar a proteger o futuro das famílias, das empresas e de Portugal.

Índice

Sobre este relatório	6
Sustentabilidade na Fidelidade Grupo Segurador	7
O processo de privatização	14
Números-chave	16
Flash 2012-2013	18
A NOSSA ESTRATÉGIA	
Onde atuamos	26
Como nos posicionamos	27
Criámos uma marca única	31
Expandimos o nosso negócio	34
Como gerimos a sustentabilidade	42
MAIS PRÓXIMO DO CLIENTE	
Agilizamos a cadeia de valor para um melhor serviço	52
Acompanhamos as necessidades do cliente	57
MAIS PRÓXIMO DOS COLABORADORES	
Valorizamos as nossas pessoas	68
Envolvemos e motivamos	69
Contribuímos para a qualidade de vida das nossas pessoas	71
Envolvemos os colaboradores e as famílias	73
Em destaque nas empresas	79
MAIS PRÓXIMO DA SOCIEDADE	
Literacia	88
Empreendedorismo	91
Envolvimento com a comunidade	92
DECLARAÇÃO DE VERIFICAÇÃO	94
FICHA TÉCNICA	96

SOBRE ESTE RELATÓRIO

A Fidelidade Grupo Segurador lança, pela terceira vez consecutiva, o seu Relatório de Sustentabilidade. Este relatório é referente à atividade do Grupo no biénio 2012-2013 e apresenta o desempenho e as práticas nas dimensões económica, social e ambiental das empresas abrangidas, nomeadamente:

- Fidelidade – Companhia de Seguros, S.A.
- Multicare – Seguros de Saúde, S.A.
- Via Directa – Companhia de Seguros, S.A. (OK! teleseguros)
- CARES – Companhia de Seguros de Assistência, S.A.
- EAPS – Empresa de Análise, Prevenção e Segurança, S.A. (Safemode)
- GEP – Gestão de Peritagens, S.A.

ESTRUTURA

A estrutura do relatório reflete os eixos da estratégia de negócio definidos pelo Grupo para 2014-2017, assim como os resultados da consulta a *stakeholders* internos realizada no final de 2013.

Por uma questão de atualidade, e pelo facto de ter sido publicado um relato intermédio reportando o desempenho da Fidelidade Grupo Segurador no ano de 2012, os dados apresentados neste documento refletem, essencialmente, o desempenho no ano de 2013.

A leitura deste documento deve ser complementada pelo Relatório de Desempenho 2012-2013, onde é partilhada a evolução dos indicadores de desempenho em cada uma das empresas consideradas no âmbito desta prestação de contas.

AUTODECLARAÇÃO E VERIFICAÇÃO EXTERNA

Este relatório segue as diretrizes para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade desenvolvida pela Global Reporting Initiative (GRI), na sua versão G3.1., tendo sido também considerado o suplemento setorial definido por esta organização para o Setor Financeiro.

De modo a analisar a conformidade e fiabilidade da informação disponibilizada, este documento foi sujeito a verificação por uma entidade externa independente, tendo sido atribuído a este relatório o nível de aplicação B (*) (ver a declaração de verificação apresentado no final deste documento).

Nível de aplicação	C	C+	B	B+	A	A+
Auto declarado				X		
Verificado por terceiros				X		

DÚVIDAS E ESCLARECIMENTOS

Pedidos de informação complementares, esclarecimentos adicionais ou sugestões sobre este documento podem ser enviados para:

gente.com.ideias@fidelidade.pt

* Aguarda emissão da declaração por parte da entidade externa.

SUSTENTABILIDADE NA FIDELIDADE GRUPO SEGURADOR

MENSAGEM DOS ADMINISTRADORES

FIDELIDADE

O presente relatório segue uma linha de continuidade estrutural, própria da natureza intrínseca da atividade seguradora, embora ajustada à evolução registada na economia e na sociedade portuguesas.

No espaço em que nos inserimos, continuamos sob a égide de uma crise financeira, traduzida numa situação de endividamento generalizado, mas que atinge de forma drástica sobretudo as contas públicas. É, ao que parece, a tradução conjuntural de dificuldades que tenderão a ser mais duradouras, e que têm a sua génese na perda das dinâmicas demográfica e económica na generalidade do mundo ocidental, questionando deste modo a sustentabilidade do modelo social estabelecido.

É neste contexto que a atividade seguradora, sem perder a lógica de mercado, nem conceder na busca da rentabilidade, assume um papel ainda mais importante, na medida em que a proteção de pessoas e bens - que é seu objeto, prosseguido através de mecanismos específicos de prevenção e mitigação de risco -, ganha acuidade acrescida.

De facto, a aplicação sistemática da regra da adequação das responsabilidades, atuais e futuras, às respetivas disponibilidades, permite às seguradoras integrarem no seu ADN um princípio essencial da própria sustentabilidade, com evidentes impactos positivos também na sociedade em geral.

O relatório coincide, por outro lado, com o início de um novo ciclo da vida da empresa, por motivos de enquadramento geral, mas também por razões específicas.

De facto, vivemos hoje, a um tempo, sob o signo da mudança e a exigência da proximidade.

Mudança que se espelha, desde logo, no processo de globalização e na alteração das dinâmicas de crescimento entre as sociedades emergentes e o mundo mais desenvolvido, com todo o leque de consequências que esta evolução acarreta.

Proximidade que se traduz na necessidade de costumizar produtos, de reinventar processos de venda e de personalizar serviços, quer os clientes sejam particulares, empresas ou instituições.

Mudança e proximidade foram, por isso, escolhidos como temas centrais da terceira edição do nosso relatório de sustentabilidade. São conceitos e realidades que melhor se entendem se integrados numa estratégia de desempenho continuado, através da qual se promova a criação de valor para clientes, acionistas, colaboradores, parceiros de negócio e também para a sociedade em geral, garantindo ao mesmo tempo a perenidade da empresa.

Nos últimos anos, mudança significou, para nós, essencialmente, atualização identitária, alteração da estrutura acionista e esforço acrescido de projeção externa.

Resultante de fusões várias que incorporaram quatro das seis maiores seguradoras portuguesas do final do século passado, a Fidelidade assumiu uma nova marca, símbolo integrador das sinergias congregadas das empresas antecessoras e, desejavelmente, imagem da continuidade e do crescimento sustentado da atividade.

Marco fundamental foi, também, o processo de privatização a que foi submetida, no âmbito do programa de ajustamento financeiro que o país empreendeu. Processo concluído com êxito, e durante o qual foram postas à prova as capacidades globais da empresa, a sua solidez e as suas competências - e vivido, além do mais, num ambiente maduro e tranquilo, próprio de quem está confiante em si mesmo.

A nova estrutura acionista representa um importante reforço das capacidades gerais da empresa, que importa aproveitar, sobretudo no âmbito da gestão financeira e dos recursos necessários ao desenvolvimento das operações no exterior - seja em mercados mais maduros, seja, sobretudo, em países emergentes.

Todavia, e apesar dos movimentos globais, o seguro continua a ser uma atividade local e a basear-se em relações de proximidade. O próprio progresso tecnológico pode, se bem canalizado, inverter a tendência natural de massificação e aproximar a empresa do cliente.

Tencionamos, por isso, prosseguir o esforço de adaptação dos produtos às necessidades dos clientes, continuando a inovar nas respostas às solicitações mais recentemente pressentidas. Entre estas, avultam a substituição, ainda que parcial, das garantias públicas em risco de retrocesso: reforma/poupança de longo prazo; financiamento dos cuidados de saúde e da educação; e apoio em situação de dependência.

O reforço da capilaridade, da formação e da autonomia das redes de distribuição assumem também um papel de relevo, como instrumento de aconselhamento profissional, personalizado e atempado aos cidadãos.

Por sua vez, a busca sistemática de maior eficiência organizacional mantém-se como condição essencial para continuar a melhorar a qualidade do serviço prestado, a custos controlados.

E, finalmente, o reforço da dimensão comunicacional interna é importante para o objetivo de uma maior interação entre a empresa e os seus colaboradores, promovendo a respetiva valorização e motivação.

É esta a nossa abordagem, desenvolvida ao longo do presente relatório, em continuação e adaptação do que vem sendo feito, no sentido de, também nesta vertente, alcançarmos um desempenho positivo e assim contribuirmos eficazmente para o objetivo de uma sociedade mais otimista e sustentável.

Jorge Magalhães Correia,
Presidente da Comissão
Executiva da Fidelidade



FIDELIDADE

Empresa seguradora líder 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.

TOTAL DE COLABORADORES EM 2013

2.787 (inclui colaboradores cedidos a outras empresas do Grupo)

VOLUME NEGÓCIOS EM 2013

3.555 milhões de euros

MULTICARE

A sustentabilidade é uma das preocupações da Multicare e está naturalmente incorporada nos nossos objetivos estratégicos, quer na sua dimensão ambiental, quer na sua dimensão social.

Remodelámos recentemente a oferta destinada ao segmento PME e estamos com a Fidelidade na sua oferta integrada destinada a *startups*, Fidelidade Tecnológicas, apoiando assim o desenvolvimento da economia portuguesa.

Já em 2012 introduzimos diversas novidades na oferta destinada a particulares e famílias, oferecendo produtos mais acessíveis, e incluindo em todos os planos de saúde uma cobertura que garante a continuidade do pagamento do prémio do seguro por um período de 6 meses, em caso de desemprego involuntário.

A proteção na saúde é a nossa grande preocupação. Para garantirmos que estaremos ao lado dos nossos clientes quando mais precisam, aumentámos os capitais mínimos da cobertura de internamento e criámos soluções Sem Idade Limite de Permanência para permitir que possam continuar a beneficiar de um seguro de saúde após os 70 anos.

Acreditamos também que temos como responsabilidade, enquanto líderes de mercado, apoiar o desenvolvimento e a partilha de conhecimentos, promovendo conferências abertas à comunidade médica, gestores hospitalares e estudantes onde se debatem os temas mais atuais da saúde.

A Multicare promove o desporto e a alimentação equilibrada na existência da cobertura de Medicina Preventiva em todos os Planos de Saúde Multicare; apoio a instituições e iniciativas que promovem o desporto e hábitos de vida saudáveis; promoção desses hábitos através da realização de atividades internas destinadas a colaboradores.

Também internamente, fomentamos a dimensão social da sustentabilidade através da realização de iniciativas de solidariedade, como a recolha de bens destinados a IPSS ou a realização anual de um *team-building* de caráter solidário.

Na vertente ambiental, destacamos o esforço na redução do consumo e utilização de papel, através do incentivo à utilização dos meios digitais na comunicação entre os clientes e a Multicare, e também a nível interno.

A experiência dos últimos anos tem-nos mostrado que o único caminho é o de uma economia e uma sociedade mais sustentáveis.

MULTICARE

Opera no âmbito dos seguros de saúde, sendo a gestora líder de mercado nesta área de negócio, assumindo, através de resseguro, a gestão das carteiras das companhias Fidelidade e Via Directa.

MISSÃO

Gerir Sistemas de Saúde, associados ou não a seguros, contribuir para o crescimento e rentabilidade do negócio da Fidelidade Grupo Segurador na área de seguros de saúde e manter a liderança no mercado.

TOTAL DE COLABORADORES EM 2013

204

VOLUME NEGÓCIOS EM 2013

174,2 milhões de euros

Carlos Coutinho,
Administrador Delegado



VIA DIRECTA

Na Via Directa a sustentabilidade é realmente uma preocupação de todos. Faz parte do nosso ADN.

Lançamos novos produtos. O OK! Casa para proteger os bens dos nossos clientes, não só de furtos e roubos, mas também de situações, muitas vezes verdadeiramente dramáticas, que vemos todos os dias nos noticiários.

O OK! Saúde também foi lançado e visa, sobretudo, colmatar a degradação do serviço nacional de saúde.

A telemática passou a ser uma realidade na nossa oferta.

No OK! GPS procuramos ajudar a melhorar o estilo de condução dos nossos clientes, premiando de uma forma muito significativa os condutores mais responsáveis.

O OK! MUV, para os clientes mais jovens, é um produto que se destaca, não apenas pela solução de telemática, mas também pelo "Taxi Gourmet". Quando a noite é mais animada, não faz qualquer sentido arriscar e basta solicitar o serviço. O motorista estará lá para conduzir o jovem a casa, no seu próprio carro e... de forma segura!

Tentando reduzir a nossa "pegada ambiental", incrementámos (e muito) a formalização das nossas apólices, através da área privada do cliente, via internet.

Na área dos recursos humanos, a formação foi uma realidade, onde as quase 70 horas por colaborador falam por si.

Mas tão ou mais importante que a formação, é a forma como os colaboradores sentem que podem dar o seu contributo para melhorar cada dia. E fazem-no de uma forma muito ativa. O projeto "Envolver" materializou e continua a materializar toda esta forma de estar.

A Via Directa é a sua equipa. Não é mais. Não é menos. Somos nós.

VIA DIRECTA

Empresa de seguros 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.

TOTAL DE COLABORADORES EM 2013

108

VOLUME NEGÓCIOS EM 2013

41,9 milhões de euros

Miguel António Vilarinho,
Administrador Delegado



SAFEMODE

A EAPS nasceu em 1996, como resultado da autonomização de uma área técnica da Companhia de Seguros Mundial-Confiança, prestando serviços no âmbito da Gestão da Segurança, tendo, em 2011, adotado a marca Safemode, sob a qual está atualmente presente no mercado.

As suas áreas técnicas de atividade, para além de darem resposta às necessidades específicas da Seguradora, permitem ainda ir ao encontro dos requisitos crescentes do mercado, contribuindo, de modo ativo, para a promoção da Responsabilidade Social das Organizações e o Desenvolvimento Sustentável, tanto no seu papel institucional como empresa instrumental no seio do Grupo, como na prestação de serviços para o mercado.

No âmbito da relação com os clientes da Seguradora, assume particular destaque a vertente da Análise de Riscos (de Acidentes de Trabalho, Patrimoniais e Ambientais) que, ao nível da Segurança, procura contribuir para uma melhoria efetiva das condições em que decorrem as diversas atividades económicas, promovendo a consciencialização para os riscos e a redução da sinistralidade e resultantes perdas humanas, materiais e financeiras.

Para além da análise e diagnóstico das vulnerabilidades e ameaças, inerentes à atividade e às respetivas instalações, e do dimensionamento do risco, os relatórios resultantes destes trabalhos, incluem a proposta de soluções/medidas corretivas para a melhoria das condições existentes e consequente minimização dos riscos, podendo a sua implementação ser discutida, planeada e acompanhada pelos nossos técnicos, no sentido de garantir a eficácia deste processo e o seu efetivo impacto positivo nas condições de segurança e na redução da sinistralidade.

Também na prestação de serviços no âmbito da Segurança no Trabalho, da Segurança de Património e da Formação inerente a estas áreas, tanto nas empresas do Grupo como para clientes externos, os principais objetivos são alertar e sensibilizar as organizações para os riscos presentes e para as medidas preventivas a implementar, contribuindo para criar condições

para a melhoria da Segurança e consequente minimização/redução de sinistros e das suas consequências, quer a nível económico, quer humano e social.

SAFEMODE

Atua no âmbito dos acidentes de trabalho, dos acidentes com impacto no património e nos ocupantes de instalações e edifícios e no ambiente.

MISSÃO

Contribuir para o desenvolvimento de uma Cultura de Segurança nas Empresas e Organizações, analisando riscos e propondo medidas de mitigação de acidentes.

TOTAL DE COLABORADORES EM 2013

45

VOLUME NEGÓCIOS EM 2013

2,1 milhões de euros

Ramiro Martins,
Administrador Delegado



CARES

Desde 2007, ano em que a Fidelidade incorporou o conceito do Desenvolvimento Sustentável e o projetou nas empresas do grupo como uma prioridade e suporte da sua estratégia futura, a CARES tem vindo a proceder a uma melhoria contínua nos seus processos, através de uma interação cada vez mais eficaz com todas as partes interessadas nesta organização, tendo sempre em vista a melhoria contínua do nível de satisfação dos nossos Segurados.

Como suporte e garantia da eficiência na continuidade dessa estratégia, a CARES obteve em 2010 a certificação da Qualidade pela norma NP ISO 9001:2008, que tem propiciado a esta empresa os meios necessários para monitorizar e melhorar o desempenho de qualquer uma das suas áreas, e atingir os seus objetivos, nomeadamente, aumentar os níveis de satisfação dos Segurados, otimizar o processo de produção através de uma interação mais produtiva com os fornecedores e aumentando os níveis de motivação dos colaboradores, como por exemplo, com o alargamento das coberturas oferecidas no seguro de saúde.

Através de uma ótica transversal a todas as partes interessadas, temos vindo a reformular os processos de comunicação, apoiando-nos, sempre que possível, na tecnologia eletrónica, e contribuindo com isso, para a diminuição de custos, obtenção de ganhos de produtividade e redução significativa da nossa pegada ecológica. Por exemplo, o novo sistema de avaliação da satisfação dos segurados via mensagens escritas, e em que um dos inquéritos é feito em tempo real e de fácil resposta, uma vez que só requer uma pontuação sobre a avaliação global do serviço.

No âmbito interno e por via do espaço na intranet, "We Care a Lot", temos divulgado a todos os colaboradores as iniciativas da Fidelidade e promovido a colaboração geral em iniciativas autónomas, sejam elas nas áreas de interação social, saúde e bem-estar, ou em qualquer outra área de interesse geral.

Integrados no conceito de sustentabilidade dos produtos ou serviços, temos dado resposta às mais recentes necessidades advindas do mercado interno ou externo, como é o caso da internacionalização em mercados africanos, nomeadamente Angola.

CARES

Opera no mercado segurador predominantemente como resseguradora nos ramos 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.

TOTAL DE COLABORADORES EM 2013

125

VOLUME NEGÓCIOS EM 2013

42,1 milhões de euros

Luís Alves,
Administrador Delegado



GEP

A GEP tem vindo gradualmente a incorporar a sustentabilidade no seu ADN organizacional, traduzida na forma como procura realizar a sua missão e, em simultâneo, contribuir para a preservação de um futuro melhor.

Exemplos disso são a sua constante aposta na certificação dos seus processos de trabalho e da qualidade dos profissionais, incluindo os peritos, enquanto entidades que lhe prestam serviços.

Na renovação da frota de veículos de serviço foram tidos em conta aspetos que consideramos importantes para a sustentabilidade, como o consumo, as emissões carbónicas e até o índice de componentes recicláveis incorporados no fabrico dos veículos.

No que diz respeito à resposta às necessidades dos clientes da Fidelidade, foi dada continuidade ao projeto de "humanização da peritagem" como forma de reposicionamento do perito face à peritagem e ao respetivo relacionamento com os seus interlocutores. Foi também desenvolvida a ferramenta de cálculo de reparação de construção civil – GePoP - que tem permitido tornar mais rigorosas e sobretudo mais transparentes as peritagens patrimoniais e foi iniciado o projeto SCAPA nas peritagens automóveis.

Entretanto, estão em desenvolvimento outros processos e serviços que, a seu tempo e de uma forma gradual, irão contribuir para o reforço da sustentabilidade da GEP em particular e da Fidelidade Grupo Segurador em geral.

GEP

Empresa de Peritagens Automóveis e Patrimoniais e de Averiguações.

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 de melhores práticas de negócio.

TOTAL DE COLABORADORES EM 2013

59

VOLUME NEGÓCIOS EM 2013

20,6 milhões de euros

Francisco Salvador,
Administrador Delegado



O PROCESSO DE PRIVATIZAÇÃO

A Fosun adquiriu, no início de 2014, 80% do capital social das Companhias Fidelidade, Multicare e CARES, resultante da deliberação do Conselho de Ministros, de 10 de janeiro de 2014, relativa à privatização das seguradoras da Caixa Geral de Depósitos.

A Caixa Geral de Depósitos continuará como acionista estratégico deste conjunto de empresas, detendo 15% do capital social, sendo os restantes 5% alvo de uma Oferta Pública de Venda dirigida aos colaboradores das Companhias.

Nos próximos 25 anos, no âmbito de um acordo de colaboração comercial e de distribuição entre a Caixa Geral de Depósitos e a Fidelidade, estas duas entidades continuarão a servir em conjunto os seus clientes portugueses.

A Fidelidade Grupo Segurador continuará a desenvolver a sua atividade em Portugal, mantendo os seus princípios básicos de atuação que levaram a que fosse considerada, em 2013, a seguradora mais inovadora, com os melhores seguros e os melhores preços, que informa com mais clareza e também a mais sólida (Estudo BASEF 2013).

A solidez da Fidelidade Grupo Segurador pode ser avaliada através da respetiva Margem de Solvência, com um valor de 182%, e pelos seus mais de 200 anos de história - sendo agora reforçada pela dimensão e dinamismo do seu novo acionista de referência, um dos maiores grupos de investimentos chinês a nível global.

A Fosun, conglomerado privado chinês fundado há 20 anos, apresentou a proposta mais elevada pelas seguradoras do grupo Caixa Geral de Depósitos, oferta que atingiu 1,1 mil milhões de euros.

A venda das seguradoras do grupo Caixa Geral de Depósitos estava prevista no memorando de entendimento assinado em 2011 entre Portugal e a Troika (Comissão Europeia, Banco Central Europeu e Fundo Monetário Internacional), no âmbito do programa de apoio financeiro ao País.



A Fidelidade completou recentemente a privatização de 80% do seu capital. Se um processo desta natureza representa sempre um desafio acrescido para qualquer empresa, o facto de este processo se ter desenrolado num contexto de mercado muito difícil, encontrando-se Portugal sob um programa de ajuda externa e atravessando o setor financeiro em toda a Europa momentos de grande incerteza, valoriza ainda mais o sucesso conseguido.

Este sucesso ilustra bem a solidez e as competências que a companhia tem demonstrado ao longo dos anos em Portugal. A Fidelidade é a seguradora líder e distingue-se pela sua presença, reputação, nível de serviço e imagem de confiança junto dos portugueses.

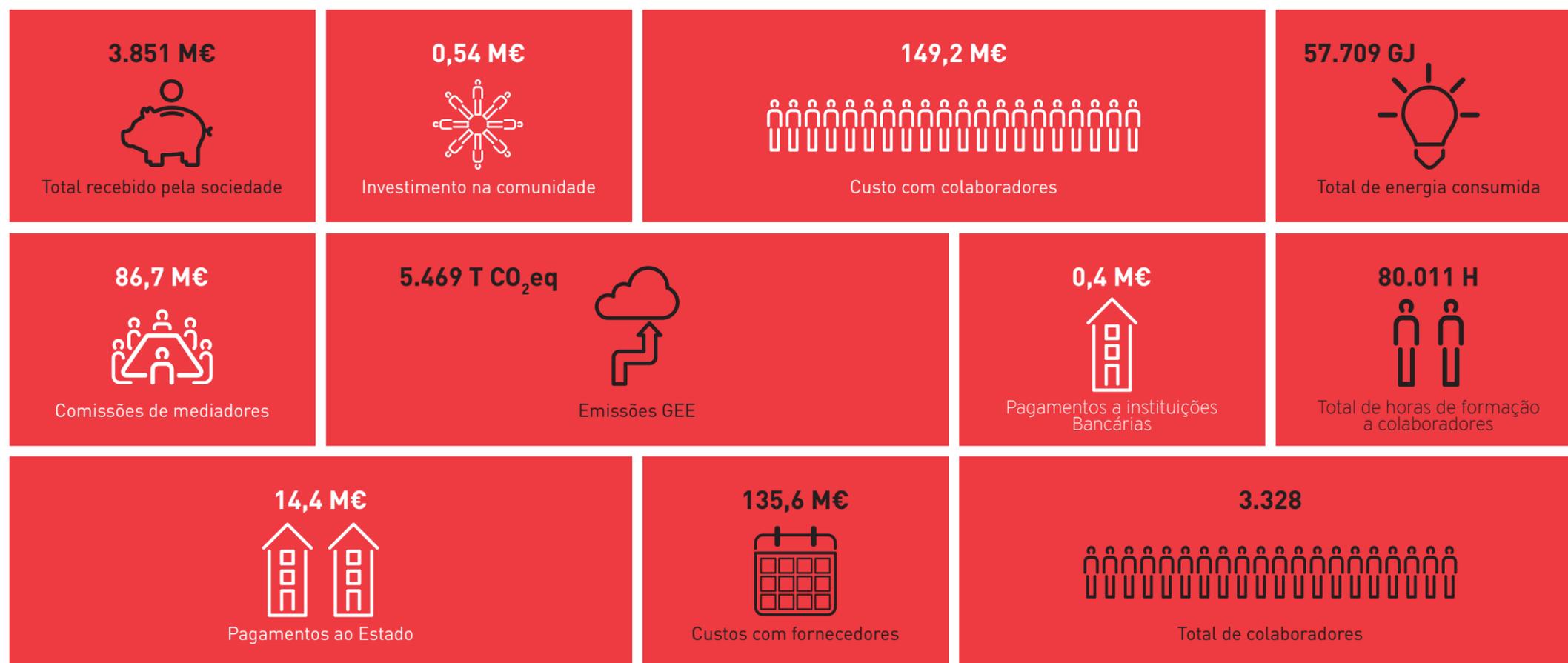
A parceria com o Grupo Fosun permite conciliar o *know-how* da companhia com as capacidades de gestão de investimentos da Fosun e o seu alcance global. Acreditamos que com esta parceria será possível melhorar a nossa *performance*, nomeadamente na área financeira, e avançar de forma mais decidida para a expansão internacional. A título de exemplo, o avanço para o mercado africano, onde a Fidelidade já está presente em Angola, Cabo Verde e prepara a entrada em Moçambique, é uma evolução natural e deverá ajudar ao desenvolvimento de negócios conjuntos.

Nesta nova etapa, abrem-se horizontes e criam-se condições para capitalizar nas vantagens competitivas que temos, fortalecer o nosso negócio em Portugal e crescer a nível internacional. A Fidelidade tem, pois, motivos para encarar o futuro com grande confiança.

Rogério C. Henriques, Membro da Comissão Executiva da Fidelidade



NÚMEROS CHAVE



O SETOR SEGURADOR 2013

O setor segurador voltou a crescer em 2013, depois de dois anos de contração, tendo o ramo Vida sido o grande responsável por este desempenho, com um crescimento de 33,8% em termos homólogos.

De acordo com a Associação Portuguesa de Seguradores, a produção das seguradoras que atuam no mercado português cresceu em 2013 20,4% em termos globais, contrariamente ao recuo verificado em 2011 e em 2012.

As projeções mais recentes para a economia portuguesa apontam para um acréscimo de 0,6% em 2014, que irá gradualmente acelerando até atingir uma variação de 2,2% em 2017. Apesar de não deixar de refletir a situação macroeconómica, a evolução do mercado segurador deverá ser perspectivada autonomamente, entre os ramos Vida e Não Vida.

FLASH 2012-2013

- Lançamento oficial do Compromisso WeCare+.



- Conclusão do processo de fusão entre a Fidelidade Mundial e a Império Bonança, cuja denominação social foi alterada para Fidelidade – Companhia de Seguros, S.A.



- Publicação dos livros "Pensar Saúde Hoje" e "Inovar a Reforma" da Biblioteca Seguros.



- Reformulação e lançamento da nova Oferta Multicare de Seguros Individual.



- Lançamento da marca iPronto pela Via Directa



- Atribuição do prémio IDC Awards à seguradora Via Directa, com a implementação da plataforma tecnológica Praxis, que permite otimizar os serviços.



- Via Directa no top 10 do mercado total de seguro automóvel em Portugal, pela liderança de mercado em 2012.



- Arranque do processo de internacionalização da CARES em Angola com oferta de serviços de Assistência e Proteção Jurídica.



2012



- Marca Fidelidade reeleita pela 11.ª vez Marca de Confiança em Portugal na categoria Companhias de Seguros, segundo o estudo European Trusted Brands.



- Conferência Fidelidade Seguros 'Inovar a Reforma: um apelo a todos nós'.



- Multicare vencedora da 4.ª Edição dos Prémios Marketeer 2012 na categoria de Seguros.



- Lançamento do ciclo de conferências "Visões sobre a Saúde – da teoria à prática"



- Eleição da OK! teleseguros como Melhor Seguradora Direta 2012, no estudo "Escolha do Consumidor".



- Reconhecimento da marca OK! teleseguros como uma das marcas publicitárias mais recordadas.



- Mais de 200 mil viaturas seguras no ramo automóvel pela Via Directa.



TRABALHAR COM SAÚDE

- Lançamento do projeto Safemode Safety Benchmark (SSB) pela Safemode, que incide sobre a avaliação da segurança e saúde no trabalho.

FLASH 2012-2013

- Fidelidade eleita novamente Marca de Confiança na categoria de seguradoras na iniciativa promovida pela Selecções do Reader's Digest.



- Lançamento da nova marca Fidelidade.



- Celebração do 15.º aniversário da Via Directa, assinalado com uma campanha de comunicação off e online.



- OK! teleseguros primeira seguradora direta em Portugal a lançar um produto do ramo Automóvel destinado a empresas – o OK! Pro.



- Início da comercialização dos seguros de saúde através do site Multicare.



- Lançamento pela Safemode do programa Safelife: Desenvolvimento de Competências em Segurança nas Organizações.



2013



- Fidelidade vencedora dos "Prémios Marketeer 2013" na categoria Seguros.



- Arranque do processo de privatização das Seguradoras do Grupo Caixa Geral de Depósitos.



- Lançamento do OK! Saúde em parceria com a Multicare, com uma oferta em Planos e Pacotes de Seguros.



- Renovação da parceria da Via Directa com a Seguros Continente, com introdução de um simulador online e melhorias ao nível da comunicação veiculada.



- Início do projeto SCAPA nas peritagens automóveis pela GEP.



- Realização de mais uma auditoria da qualidade segundo a norma ISO 9001 sem a deteção de não conformidades pela GEP.

ESTRATÉGIA

LIDERANÇA

A liderança é uma conquista diária, uma atitude de evolução permanente que passa por todos os que fazem parte da Fidelidade Grupo Segurador. É por querermos fazer sempre melhor do que já fizemos que assumimos o compromisso de continuar a reinventar o futuro da atividade seguradora em Portugal. É este o foco da nossa estratégia.



A NOSSA ESTRATÉGIA

ONDE ATUAMOS

Garantir o património, a saúde e a poupança, salvaguardando o equilíbrio da sociedade

Fidelidade Grupo Segurador

A Fidelidade Grupo Segurador atua no mercado segurador, comercializando produtos de todos os ramos de seguros, no âmbito de uma estratégia multimarca e através da maior e mais diversificada rede de distribuição de produtos de seguros do mercado nacional.

Tendo em conta este posicionamento, o Grupo assume igualmente responsabilidades acrescidas enquanto difusora de boas práticas, função que, na área seguradora, adquire relevo particular perante as novas regras de solvência, de gestão de riscos, de governo das sociedades e de conduta de mercado e ética empresarial.

Neste contexto, as seguradoras da Fidelidade Grupo Segurador adotaram uma estratégia que assenta prioritariamente no desenvolvimento de soluções que, além de serem relevantes para o desenvolvimento do negócio, permitem também responder a questões de interesse nacional.

Exemplos concretos da aplicação desta estratégia são o desenvolvimento de produtos para facilitar o acesso à poupança e sensibilizar para as questões relacionadas com a poupança e a reforma; a oferta mais integrada ao nível da saúde, que promove a importância da prevenção; a análise das condições de viabilidade de um seguro vitalício que, apesar de representar riscos para as seguradoras, corresponde a um grande avanço na proteção dos consumidores.

No que respeita à atividade internacional, a área seguradora do Grupo definiu o enfoque da sua atuação no acompanhamento das operações desenvolvidas nos mercados estrangeiros onde as empresas, a cultura e a língua portuguesa estão presentes.



Figura 1 - Áreas de atuação da Fidelidade Grupo Segurador

COMO NOS POSICIONAMOS

Dar respostas aos desafios que se colocam

A sustentabilidade no negócio segurador

A sustentabilidade nos seguros tem como objetivo mitigar o risco com soluções inovadoras para melhorar o desempenho nos negócios e contribuir para a sustentabilidade económica, social e ambiental.

Garantir o bem-estar e a proteção das pessoas, bem como do seu património, compreendendo, gerindo e assumindo o risco são os principais desígnios da atividade. Este é por isso, provavelmente, o setor de atividade com mais oportunidades de gerar impactos positivos.

Através da prevenção e da mitigação do risco, o mercado segurador contribui para a proteção da sociedade, estimula a inovação e apoia o desenvolvimento económico e social. E estes são fatores essenciais para uma sociedade saudável e sustentável.

Num contexto global de crescentes desafios económicos, sociais, ambientais e até de governação, os cenários de risco estão em profunda mutação, gerando novas oportunidades de negócio, mas exigindo uma atuação proativa das seguradoras com uma resposta integral, credível e prevenida às novas circunstâncias. É esta postura e esta capacidade de resposta que determinará o futuro do mercado segurador, a sua viabilidade e resiliência.

O papel do Estado

A estratégia da Fidelidade Grupo Segurador incide no desenvolvimento de soluções que para além de contribuírem para o desenvolvimento do negócio, permitem dar resposta a questões de interesse nacional e social.

'A missão da atividade seguradora confere-lhe a possibilidade de intervir em áreas tão diversas como as alterações climáticas, as catástrofes naturais, as questões de saúde e prevenção, as problemáticas relacionadas com o aumento da longevidade, entre outras, alavancando as mudanças de comportamentos ao nível dos indivíduos e das empresas, influenciando as políticas públicas e substituindo até, gradualmente, o papel social do estado.'

Jorge Magalhães Correia, Presidente da Comissão Executiva da Fidelidade

'A atividade seguradora está excepcionalmente bem posicionada para ocupar progressivamente o espaço da proteção individual que o Estado não possa financiar, contribuindo para a sustentabilidade do modelo de proteção no seu todo. Para conseguir-lo será preciso que o setor melhore os atuais níveis de eficiência, continue a apostar decididamente num serviço de qualidade e seja verdadeiramente inovador nas suas propostas de valor.'

José Alvarez Quintero, Membro da Comissão Executiva da Fidelidade



O seguro é, per se, uma atividade solidária, ao distribuir os prejuízos dos desafortunados entre toda a comunidade. Em todas as instituições de natureza seguradora das civilizações da Antiguidade e nos grêmios da Idade Média, como nas formas societárias modernas, a sustentabilidade está presente no seu ADN. Com efeito, a sustentabilidade, entendida como o conjunto de políticas ativas para assegurar a continuidade e o progresso individual e coletivo, é indissociável da solidariedade intergeracional e intrageracional que está na base da atividade seguradora.

O seguro de doença e acidentes de trabalho foram os primeiros pilares do atual estado do bem-estar, e ainda hoje conformam o cerne da maior conquista social de sempre, a seguir da liberdade e igualdade perante a lei de todos os cidadãos.

É um facto que a crise financeira e da dívida soberana iniciada nos finais da década de 2000 está a pôr em causa a sustentabilidade do modelo construído no século passado. Porém, o que está em crise não é o seguro como instrumento de solidariedade sustentável, mas sim a via de financiamento e gestão que têm sido seguidas.

Voltando ao princípio básico do seguro – o equilíbrio entre as responsabilidades presentes e futuras e as receitas necessárias para pagá-las – é possível renovar a confiança dos cidadãos num estado de bem-estar sustentável.

A indústria seguradora em geral, e a Fidelidade Grupo Segurador em particular, têm demonstrado a sua resiliência perante os cenários mais adversos, pelo que estão em condições de desenvolver os esforços necessários para vencer este desafio.

José Alvarez Quintero, Membro da Comissão Executiva da Fidelidade



Estratégia da Fidelidade Grupo Segurador

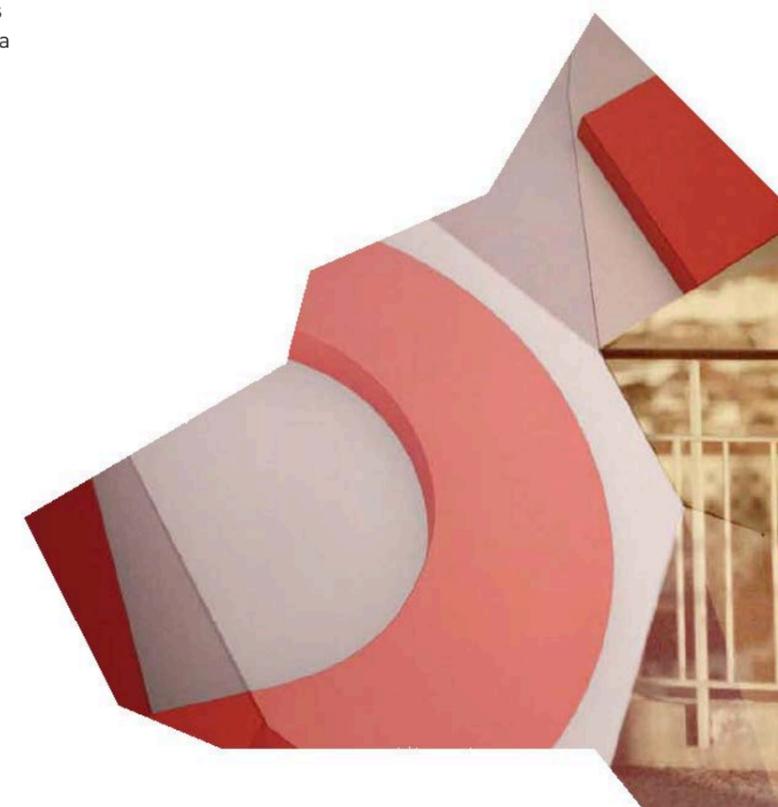
A Fidelidade Grupo Segurador assume-se, de forma continuada, como a referência no mercado segurador português. O seu posicionamento ganha expressão em três grandes objetivos definidos para o horizonte 2014-2017:

- Criação de valor para o **Acionista**.
- Melhoria da oferta e da qualidade de serviço para os **Clientes**.
- Valorização e motivação dos **Colaboradores**.

Ao nível da criação de valor para o Acionista, o Grupo continuará focado no objetivo de um crescimento sustentado, através de medidas específicas que permitam reforçar as vertentes de rentabilidade técnica, posicionamento competitivo, reforço da marca, inovação nos produtos e dinamização dos canais de distribuição. Será ainda prioridade uma maior profissionalização das redes comerciais, sobretudo pela via da intensificação do grau de utilização das plataformas de negócio com base na internet, desenvolvendo e capitalizando as respetivas potencialidades transacionais e comerciais, por forma a servir melhor parceiros e clientes e a reduzir custos operativos. A busca permanente pela introdução de melhorias no serviço prestado e de ganhos de eficiência na utilização dos recursos permitirão, assim, prosseguir os objetivos de garantia de qualidade a custo controlado e contribuir para uma maior criação de valor para o acionista.

No que respeita à melhoria da oferta e da qualidade de serviço para os clientes, as principais linhas de atuação continuarão centradas no aprofundamento da relação com as redes comerciais, na conceção de produtos adaptados às necessidades dos clientes, na constante atenção ao equilíbrio da exploração técnica e no aumento da eficiência organizacional. Ao nível da conceção de produtos, um dos focos será o desenvolvimento de soluções que, além de serem relevantes para o desenvolvimento do negócio, permitam responder a questões de interesse nacional e a situações que, na perspetiva do Grupo, possam provocar grandes desigualdades sociais.

Relativamente à valorização e motivação dos colaboradores, serão reforçados os vetores do desenvolvimento pessoal e profissional do nosso capital humano. Este reforço permitirá uma identificação mais clara da contribuição de cada colaborador que, por conseguinte, se refletirá no estabelecimento de desafios futuros que motivem e valorizem os colaboradores. A comunicação interna será também uma área de aposta, enquanto ferramenta de alinhamento dos colaboradores com as prioridades do negócio.





Com uma história de mais de 200 anos, a Fidelidade tem constantemente de preparar e antecipar aquilo que são as novas necessidades e os novos desafios para os seus clientes, fornecedores, colaboradores e acionistas.

Numa era designada de digital, em que grandes quantidades de informação são tratadas com facilidade, em que a informação está à distância de um "touch" e "terabytes" de informação estão armazenados na "cloud", há que estar preparado para antever tendências.

A atividade seguradora em geral e a Fidelidade em particular, não poderão passar ao lado desta nova forma de relacionamento ou mesmo de organização social. Tendo em conta e presente a envolvente mencionada, a Fidelidade alicerça a sua estratégia futura em quatro áreas fundamentais: a área doméstica, a área internacional, a gestão de investimentos e a estrutura organizacional.

Cada uma destas áreas tem diferentes programas associados que por sua vez envolvem múltiplas iniciativas. O grau de comprometimento é elevado, envolvendo toda a empresa, particularmente a Comissão Executiva e estrutura Diretiva de Topo.

Na área doméstica, temas como a rentabilidade e inovação de produtos, desenvolvimento e melhoria dos canais de distribuição, segmentação particulares e empresas, verticalização da cadeia de valor e estratégia digital, irão assumir especial atenção.

Em termos de área internacional, a expansão das atuais operações e a avaliação de novos mercados para desenvolvimento da atividade, aplicando as nossas competências, serão as principais preocupações.

A gestão de investimentos será, sem dúvida, uma área em que deveremos concentrar atenção. A contínua busca de soluções de investimento que garantam aos nossos clientes e acionistas um nível de retorno adequado a cada momento é fundamental no desenvolvimento da atividade. Acresce nesta área a introdução dos novos requisitos de capital – Solvência II – a aplicar a partir de Janeiro de 2016.

A área da estrutura organizacional desempenhará um papel fundamental num mercado em constante e rápida mutação. O contínuo ajustamento aos novos desafios bem como uma adequada gestão dos recursos humanos será fulcral para dar resposta às previsíveis alterações de mercado.

A era digital assumirá, sem dúvida, um papel importante nos canais de distribuição. O fácil acesso à informação e ao contacto mudarão a forma de relacionamento que hoje conhecemos. A procura de serviços e produtos assentará num maior e melhor conhecimento.

Por isso, neste particular, a Fidelidade tem em curso o desenvolvimento de iniciativas conducentes a colocar os diferentes canais a bordo desta nova realidade, adaptando as tradicionais formas de relacionamento a formas mais evoluídas. A referenciação digital da rede de agentes é disso um exemplo. Tendo em conta a, especificações do cliente bem como as características do agente, será aconselhado o encaminhamento para um parceiro local que dará o necessário e efetivo apoio na venda ou pós-venda. O investimento em novas tecnologias facilitadoras da atividade continuará a ser um elemento importante para a Fidelidade.

Num ambiente sustentável, compete-nos criar valor para clientes, fornecedores, colaboradores e acionistas. Estamos empenhados e entusiasmados em dar as melhores respostas aos novos tempos e desafios. Temos a responsabilidade de dar continuidade a, pelo menos, mais 200 anos de vida desta organização. Todos somos importantes nesta caminhada.

António Noronha, Membro da Comissão Executiva da Fidelidade

CRIÁMOS UMA MARCA ÚNICA

Construir uma marca inspiradora, cuidadora e unificadora

No final de junho de 2013 nasceu a Fidelidade - marca única das companhias que até então operavam sob o desígnio comercial de Fidelidade Mundial e Império Bonança.

A nova marca é uma oportunidade para reafirmar o compromisso, que vem desde 1808, de estar sempre na vanguarda do serviço ao cliente, protegendo-o das contingências da vida, e de oferecer aos parceiros o apoio necessário para que possam ter sucesso num mercado cada vez mais exigente.

Sabia que...

- A nova marca Fidelidade tem mais de 200 anos de história. Saber adaptar-se às necessidades da sociedade e fazê-lo honrando as suas obrigações, foi possível por ter estado atenta aos sinais dos mercados, sempre aberta à mudança, à inovação e à sociedade.
- É a terceira mais antiga seguradora do mundo.
- São mais de 50 as seguradoras que contribuíram para a atual credibilidade, dimensão e solidez da Fidelidade.
- Na origem da Fidelidade está uma história de aquisições, fusões, nacionalizações e reprivatizações de um vasto universo de Companhias seguradoras.
- A Fidelidade segura a maioria dos grandes grupos nacionais, contribuindo para a continuidade da sua atividade e do ciclo económico do país.
- É a maior indemnizadora dos grandes sinistros. Em 200 anos, a Fidelidade esteve sempre presente quando o país precisou, destacando-se o grande incêndio do Chiado, em 1988, em que a Fidelidade suportou o maior volume de indemnizações, pagando aos segurados mais de 750 mil contos (3.750.000 euros).

Fidelidade é lealdade, e a promessa de ir ao encontro de expectativas, é confiança.

Fidelidade "é a única palavra que apela àquilo que verdadeiramente nos interessa e que traduz melhor a relação que queremos ter com o mercado."

Jorge Magalhães Correia, Presidente da Comissão Executiva da Fidelidade





A dimensão social da marca única

A necessidade de diferenciação tem acrescentado outras dimensões às marcas, sendo hoje valorizadas as funcionalidades estéticas, emocionais e sociais. Atualmente, os consumidores procuram saber o que defendem as marcas, qual o contributo para o seu bem-estar e quais os seus impactos no mundo em que se inserem.

Uma das dimensões da marca Fidelidade (e das marcas que a antecederam) é a dimensão social, que integra os desafios da sociedade em que se insere, numa perspetiva de lhe retribuir uma parte do que recebe dela, mas também de contribuir com a sua atividade para a sustentabilidade do setor segurador.

A preocupação com o contributo para a sociedade está presente nas origens da atuação das marcas que deram origem à Fidelidade.

A Fidelidade Mundial e a Império Bonança uniram-se e são agora Fidelidade. Desde 1808 que estamos ao lado das famílias e empresas de Portugal, a inovar em tudo o que protege o seu futuro. Ao garantir o património, a saúde e a poupança, estamos a salvaguardar o equilíbrio da sociedade. Esta é a marca de um futuro mais forte e fiel aos princípios de estabilidade e solidez que sempre nos guiaram. Há 200 anos que acreditamos num futuro seguro assim.

A portugalidade na construção da campanha

Os fornecedores envolvidos na construção da nova marca Fidelidade e em toda a sua campanha de lançamento são na sua grande maioria empresas Portuguesas. Esta decisão surge pela sensibilidade da Fidelidade em relação à situação económica do país, dando assim o seu contributo para a empregabilidade em zonas mais desfavorecidas. Para a Fidelidade, as pequenas empresas podem ser uma fonte de soluções e criação de valor conjunto.

Como exemplos, destaca-se a Viarco, histórica fábrica portuguesa de lápis situada em São João da Madeira, e a recente Burel Factory, localizada na vila de Manteigas, na Serra da Estrela, que trabalha o tecido mais tradicional na indústria de lanifícios local – o Burel.

Uma marca que nasce e renasce do envolvimento

A marca única Fidelidade foi vivida como muita intensidade e teve um impacto positivo na união e na motivação dos colaboradores, na rede de mediadores e nos clientes.

O primeiro público a quem foi apresentada a nova identidade foi naturalmente o interno, as pessoas que constituem a empresa e que representam diariamente os seus valores, os verdadeiros embaixadores da marca. A campanha interna de lançamento contemplou a intervenção no interior dos edifícios e um evento, envolvendo todos os colaboradores na celebração da marca única durante 15 dias.

O orgulho na sua rede de mediação levou a Fidelidade a integrar na sua campanha um anúncio de elogio intitulado “Parceiros desde 1808”, contribuindo para o reconhecimento público do valor da relação com estes stakeholders estratégicos. A rede de agências e de mediadores foi também recebida em eventos próprios de apresentação da nova marca.

Uma campanha multimeios deu a conhecer a nova marca a todo o país. A televisão, o cinema, a imprensa, a rua, em grandes formatos colocados em pontos estratégicos e os meios digitais foram os canais privilegiados para apresentação da nova marca à sociedade.



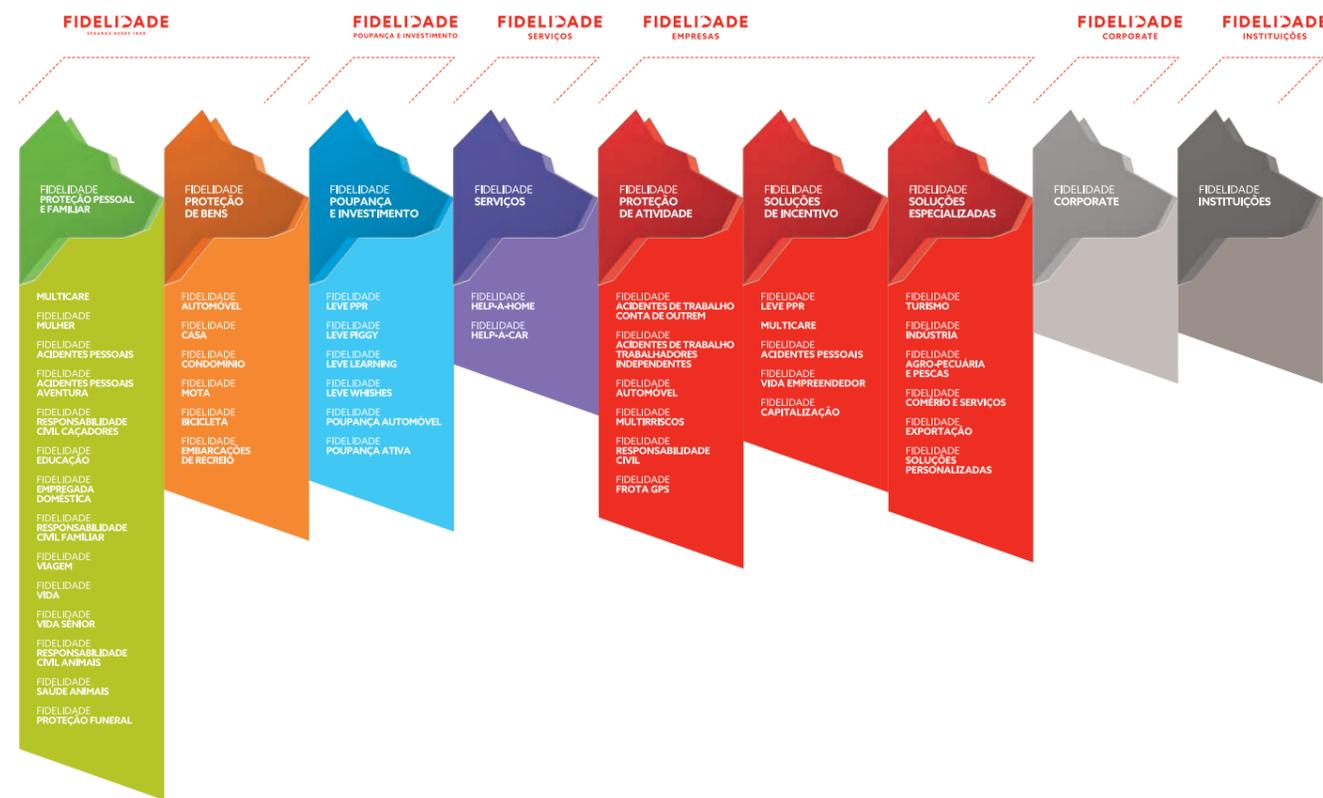
Reorganizar a oferta

De modo a satisfazer as necessidades de cada cliente, a atividade da empresa passou a ser desenvolvida de acordo com quatro segmentos: Famílias, Empresas, Corporate e Instituições. Esta nova organização facilita a perceção global dos vários seguros e reforça a notoriedade da marca Fidelidade.

É uma marca sólida que, valorizando as experiências acumuladas, traduz um projeto de relançamento da nossa empresa numa nova etapa, focada nas motivações daqueles que são o nosso maior património: os colaboradores internos, a rede de mediadores e os nossos clientes.

A marca única permitirá otimizar as vantagens da nossa forte presença no mercado e conferirá maior clareza e afirmação na comunicação, eliminando duplicações e evitando dispersão da atenção e do investimento.

Rita Sambado, Diretora de Marketing da Fidelidade



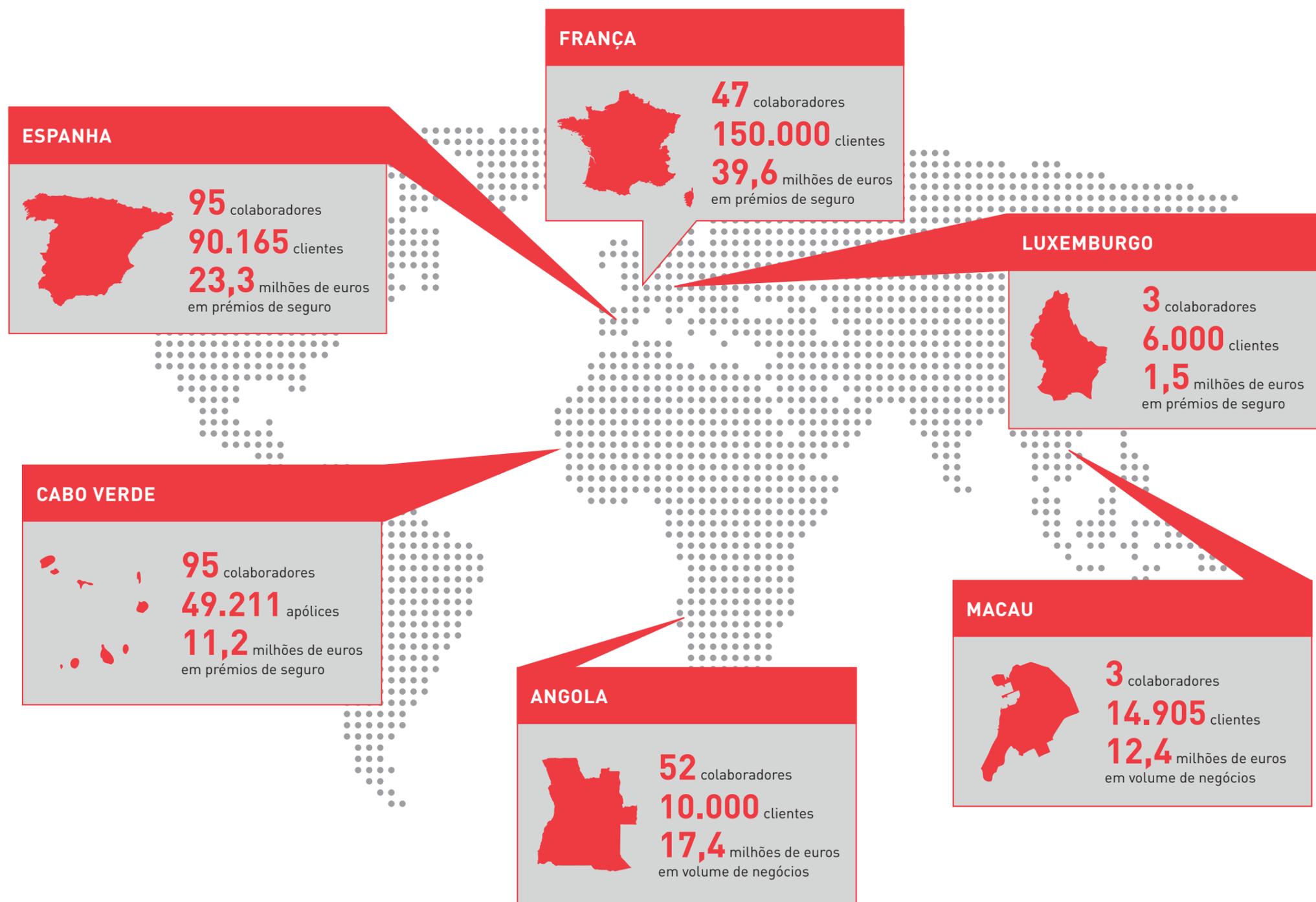
EXPANDIMOS O NOSSO NEGÓCIO

Acompanhar os clientes e parceiros pelo mundo, construindo uma presença sólida

A Fidelidade Grupo Segurador marca presença no mercado europeu (Espanha, França e Luxemburgo), africano (Angola e Cabo Verde) e asiático (Macau). O principal foco da presença nestes seis países é a **afinidade**, valor permanente e garantia da sustentabilidade das relações com o mercado e os *stakeholders* em países onde a presença da língua, da cultura, das comunidades e das empresas portuguesas é importante.

Esta aposta na internacionalização tem promovido, ao nível da gestão, o desenvolvimento de sinergias intragrupo, 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. Desta forma é estimulada a criação de valor e a diversificação do risco. O processo de internacionalização é ainda favorecido pela pertença do Grupo à Internacional Network of Insurance (INI), que permite através de parceiros dar cobertura aos clientes em mais de 80 países.

Para 2014, prevê-se o início da atividade em Moçambique.





ESPAÑA | MARCA FIDELIDADE | RAMOS VIDA E NÃO VIDA

A Fidelidade está presente em Espanha há mais de 15 anos, tradicionalmente focada na oferta de produtos de banca-seguros.

Também se tem destacado pela distribuição dos seus produtos através de um canal de corretores com um modelo de negócio inovador.

A Fidelidade dispõe em Espanha de uma ampla oferta de soluções para a cobertura de riscos Vida e Não Vida para particulares e empresas, que afirmam a Fidelidade como um parceiro de referência no espaço ibérico.

LANÇAMENTO DO PORTAL FIDEMED: a Sucursal desenvolveu, em 2012, um modelo de negócio para o canal de corretores assente no conceito de “agência virtual”, com uma forte componente tecnológica e que lhe permite competir neste mercado com uma oferta de produtos e serviços distintiva – o portal Fidemed. Este portal promove a dinamização do canal de corretores, sem que exista um espaço físico de proximidade. Atualmente, o canal conta com uma rede de consultores com áreas de atuação definidas, como por exemplo Madrid, Galiza, Valencia e Andaluzia, que assessoram preferencialmente os corretores da sua zona em todos os aspetos relacionados com o negócio, sem apoio local de back-office.

LANÇAMENTO EM FIDEMED DE PRODUTOS VIDA: em 2013, a oferta de Fidemed foi alargada aos produtos Vida com o lançamento de dois produtos de Vida Risco – um de prémios únicos vinculado à concessão de empréstimos (Hipotecários e ao Consumo) e o outro de renovação anual. Estes dois produtos foram lançados no Canal Bancário e o segundo também no Canal de Corretores. O processo comercial destes seguros inclui a resposta a um questionário de saúde telefónico, realizado no momento da contratação ou posteriormente, entre o cliente e o nosso Centro Operativo de Produção (COP); a partir das respostas o sistema calcula o prémio e permite emitir a apólice.

NOVA MARCA FIDELIDADE EM ESPANHA: o evento de apresentação da nova marca, em Setembro de 2013, reuniu diversas personalidades do mercado segurador espanhol. Mediadores, corretores, resseguradores, jornalistas especializados e membros da Direção Geral de Seguros e Fundos de Pensões, do ICEA (Servicio de Estadísticas y Estudios del Sector Seguros en España) e da Unespa (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras es la Asociación Empresarial del Seguro) assistiram ao discurso do diretor de Desenvolvimento de Negócios em Espanha, que destacou a importância do desenvolvimento do negócio bilateral entre Portugal e Espanha para o sucesso desta nova etapa da Companhia.

EM 2013

95 colaboradores

90.165 clientes

23,3 milhões de euros em prémios de seguro



FRANÇA | MARCA FIDELIDADE | RAMOS VIDA E NÃO VIDA

A Fidelidade procura acompanhar em França o sucesso das empresas lideradas por luso-descendentes e apoiar o movimento de internacionalização de empresas portuguesas para o mercado francês.

Ambiciona ser o líder do mercado dos seguros da comunidade portuguesa em França, contando com 1.500.000 potenciais clientes. A sucursal de França também tem uma forte presença nos ramos de riscos especiais e por afinidade através dos grandes corretores franceses.

SOLUÇÃO INFORMÁTICA DE SUPORTE AO NEGÓCIO: com o objetivo de diversificar a oferta de soluções para as empresas e empresários luso-descendentes, diversificar e simplificar a oferta no canal bancário e no canal de corretores e preparar a venda direta, iniciou a implementação de uma nova solução informática de suporte ao negócio, que permitirá maior simplicidade na criação e distribuição de produtos e maior eficácia na gestão da atividade.

FOCO NO SEGMENTO EMPRESAS: a sucursal alargou a oferta de produtos no canal bancário, especialmente para o segmento de empresas, e promoveu a distribuição de produtos específicos do seu portefólio no canal de corretores.

PRIMEIRA LOJA FIDELIDADE EM PARIS: inaugurada em novembro de 2013, esta loja reforça a presença da empresa em França e em particular junto da comunidade Portuguesa. Neste evento foi também apresentada a nova imagem da Fidelidade.

EM 2013

47 colaboradores

150 mil clientes

39,6 milhões de euros em prémios de seguro

850 mil euros de prémios per capita

21 produtos comercializados na banca

52 produtos comercializados no canal de corretores

52% das vendas através do canal bancário

47% através da rede de corretores

1% na rede direta

LUXEMBURGO | MARCA FIDELIDADE | RAMO VIDA

A Fidelidade está presente no Luxemburgo desde 1995, com oferta nos ramos vida risco e financeiro. Atualmente, é a única seguradora portuguesa presente no Grão-ducado.

FOCO NA COMUNIDADE PORTUGUESA: pelo facto de 26% da população ativa residente ser de origem Portuguesa, a abertura de uma sucursal neste país enquadrou-se plenamente na estratégia de internacionalização da Companhia. A Seguradora tem-se destacado, por isso, em termos de visibilidade junto de Portugueses e luso-descendentes.

EM 2013

3 colaboradores

Mais de 6.000 clientes

1,5 milhões de euros em prémios de seguro



CABO VERDE | MARCA GARANTIA | RAMOS VIDA E NÃO VIDA

A Garantia – Companhia de Seguros de Cabo Verde, S.A. iniciou a sua atividade em 1991 e integra a Fidelidade Grupo Segurador a partir de 30 de abril de 2014.

A Companhia ocupa um lugar cada vez mais relevante na economia cabo-verdiana, sendo líder no mercado segurador com 59% de quota de mercado. Oferece soluções para os Ramos Vida e Não Vida através das suas agências, operando ainda em banca-seguros – com as redes do Banco Comercial Atlântico e do Banco Interatlântico – e no canal de mediadores e corretores.

CERTIFICAÇÃO DE QUALIDADE: em 2012, a Garantia tornou-se na primeira seguradora cabo-verdiana com uma gestão orientada para a qualidade e melhoria contínua do serviço que presta aos clientes, nos termos da norma internacional NP EN ISO 9001:2008. Em 2013, a Garantia alcançou a renovação deste Sistema de Gestão.

EXTRANET PARA MEDIADORES: o *site* da Garantia tem uma área reservada para mediadores exclusivos. Através desta extranet, os mediadores acedem à documentação relevante para o bom desempenho da sua atividade.

APOSTA NA COMUNICAÇÃO COM CLIENTES VIA REDES SOCIAIS: três anos depois da criação da página da Garantia no Facebook, a Companhia reconhece que este tem sido um canal de comunicação muito eficaz com os seus clientes, tendo já cerca de 6.000 amigos nesta página. A Companhia tem também um canal no youtube.

RECONHECIMENTO: em 2012 e 2013, a Garantia foi premiada pela terceira e quarta vez consecutivas com o Selo Morabeza, que a distingue como a seguradora preferida e de maior confiança dos cabo-verdianos. O Estudo de Satisfação de Clientes realizado pela Companhia aponta um índice de satisfação de 83% em 2013.

APOIO AO DESENVOLVIMENTO: a Garantia tem desempenhado um papel significativo no apoio ao desenvolvimento económico e social do país, atuando em várias áreas da sociedade, com ações de mecenato, solidariedade e beneficência. Apoiar projetos com manifesto impacto social e cultural, com particular ênfase, nas áreas de, desporto, educação, literatura e solidariedade social.

EM 2013

95 colaboradores

49.211 apólices

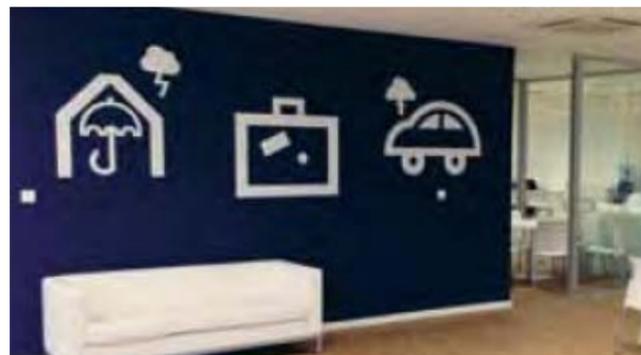
11,2 milhões de euros em prémios de seguro

MISSÃO

Porque o imprevisto acontece, a GARANTIA – Companhia de Seguros de Cabo Verde S.A. assumiu como missão providenciar proteção aos seus clientes, através de soluções que cobrem uma variedade de riscos, tanto no ramo vida como no não vida.

VISÃO

Manter a liderança do mercado de transferência de risco em Cabo Verde.



ANGOLA | MARCA UNIVERSAL SEGUROS | RAMOS VIDA E NÃO VIDA

Desde 2011, a Fidelidade marca presença em Angola através da Seguradora Angolana Universal Seguros, da qual detém uma participação maioritária no capital social.

Seguradora generalista, a Universal Seguros disponibiliza, através de uma rede multicanal, uma vasta gama de produtos e soluções para particulares e empresas. De destacar ainda a sua vocação para apoiar a internacionalização das empresas lusófonas e complementar o negócio bancário do grupo em Angola.

ABERTURA DE DUAS LOJAS: em 2013, foram inauguradas duas lojas da Universal Seguros. A abertura destas lojas prendeu-se com a necessidade de criação de novos espaços que ampliassem a acessibilidade dos clientes à equipa da Universal Seguros e que permitisse melhorar a resposta da Companhia à crescente procura dos seus produtos e serviços.

INOVAÇÃO NA CONTRATAÇÃO: a subscrição do seguro obrigatório de Responsabilidade Civil Automóvel passou a ser possível nas multicaixas angolanas. Seguindo a lógica dos carregamentos de telemóveis nas caixas multibanco, este projeto inovador permitiu a introdução do seguro automóvel nas caixas automáticas. A implementação do projeto já contribuiu para dinamizar as vendas do seguro automóvel, que é obrigatório no mercado angolano. Foi também lançada, em abril de 2013, a Linha Uniauto que permite a venda de seguro automóvel por telefone e também o apoio aos mediadores e corretores (ajuda com sistema informático, emissões de apólices).

SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA E PROTEÇÃO JURÍDICA: em 2012, a CARES iniciou o processo de internacionalização com o desenvolvimento de produtos na área da assistência e da proteção jurídica para distribuição em Angola. Em 2013, os clientes do seguro automóvel da Universal passaram a usufruir do serviço de assistência, assim como da proteção jurídica.

LANÇAMENTO DO UNISAÚDE: em 2013, a Universal Seguros lançou o Unisaúde, o primeiro e único seguro de saúde orientado para particulares e empresas. É um seguro inovador e que resulta do processo de internacionalização da Multicare. A oferta é muito diferente do padrão do mercado português ao nível das coberturas, extensões territoriais e no próprio funcionamento das apólices. Este produto cobrirá despesas médicas na rede Universal Seguros em Angola, como na rede Multicare em Portugal e com reembolso em todo o mundo. Será possível construir planos de seguro em função das necessidades dos clientes.

LOJA MÓVEL: a Universal dispõe de uma loja móvel que permite percorrer Luanda e as províncias, tornando mais fácil a subscrição de seguros e tirando partido do potencial de crescimento que o mercado segurador apresenta em Angola.

FORMAÇÃO DE AGENTES EXCLUSIVOS EM ANGOLA: consciente de que os Gestores de Clientes se distinguem pelas suas práticas na relação com a Empresa e com os seus clientes, a Universal encetou um projeto de formação dirigido aos seus agentes exclusivos. Esta formação visou o desenvolvimento de competências nas componentes de técnica de produtos e de vendas, prospeção de clientes, planificação da atividade comercial, apresentação de propostas aos clientes, concretização do seu plano de vendas e acompanhamento pós-venda.

EM 2013

52 colaboradores

10.000 clientes

17,4 milhões de euros em volume de negócios

MACAU | MARCA FIDELIDADE | RAMOS VIDA E NÃO VIDA

A sucursal iniciou a operação em 1999. Atualmente o negócio desenvolve-se em todos os canais e ramos e ainda na gestão de fundos de pensões.

Destaca-se o crescimento da oferta no canal de banca-seguros com o Banco Nacional Ultramarino (BNU) e dos canais de corretores e direto, tanto para os segmentos de particulares como para as empresas. Atualmente, a Fidelidade é a quinta maior seguradora em Macau no ramo Não Vida.

INOVAÇÃO: a Fidelidade foi a primeira seguradora a comercializar seguros online, através do site do BNU.

EXPANSÃO DA ATIVIDADE: presença competitiva da seguradora nos grandes negócios de Macau, como a construção, exploração de casinos, hotéis e resorts, cobrindo os riscos de danos patrimoniais e responsabilidade civil e profissional, entre outros.

MUDANÇA DO DEPARTAMENTO DE SINISTROS: o departamento de sinistros da sucursal de Macau foi transferido para novas instalações, permitindo melhorar a rapidez e qualidade do serviço prestado aos clientes.

EM 2013

26 colaboradores

14.905 clientes

12,4 milhões de euros em volume de negócios

COMO GERIMOS A SUSTENTABILIDADE

Ambicionar e arriscar: Gente com Ideias, o Programa de Responsabilidade Social da Fidelidade Grupo Segurador

A Responsabilidade Social esteve, desde sempre, na génese da atuação das seguradoras do Grupo. Contudo, em 2007, uma reflexão sobre os desafios do setor e da sociedade levaram a Fidelidade Grupo Segurador a assumir um posicionamento de referência no mercado, reconhecendo o desenvolvimento sustentável como uma prioridade incontornável, orientadora da sua estratégia e atuação.

Houve necessidade de reunir e alocar todas as atividades dispersas sob uma mesma “umbrella” que, por um lado, facilitasse o trabalho e, por outro, espelhasse o desempenho do Grupo nesta área. Através do Programa de Responsabilidade Social designado “Gente com Ideias”, estas empresas desenvolvem, gerem e avaliam o seu papel na sociedade.

Assim nasceu o Gente com Ideias, o Programa para as questões do Desenvolvimento Sustentável, que interage com as partes interessadas das seguradoras do Grupo, desde os colaboradores, aos fornecedores, parceiros de negócio e sociedade em geral. Dele fazem parte as empresas Fidelidade, Multicare, Via Directa, CARES, Safemode e GEP.

O nome Gente com Ideias exigia muito da equipa mas hoje temos a certeza de que foi uma aposta acertada.

Ao longo destes anos despertámos consciências e as iniciativas multiplicam-se e surgem das várias companhias que endossam o programa. Com projetos PARA DENTRO e PARA FORA, não conseguimos imaginar como pudemos “viver” sem ele.

Hoje as iniciativas PARA DENTRO superam as lançadas PARA FORA e mesmo essas têm, na sua maioria, o envolvimento dos nossos colaboradores.

E como as boas ideias podem e devem ser copiadas, destaco o NOS – Programa de Apoio Social, que tem tido resultados animadores.

Entre em www.gentecomideias.com.pt e veja o que é para nós a Sustentabilidade.

Ana Fontoura, Diretora do Gabinete de Comunicação e Imagem da Fidelidade, Coordenadora do Programa Gente com Ideias



Equipa Gente com Ideias

A missão da equipa Gente com Ideias era inicialmente refletir sobre a Responsabilidade Social das empresas abrangidas pelo Programa, analisando as práticas, definindo as políticas, propondo as ações e sensibilizando os colaboradores. Os principais desafios dos primeiros anos do projeto passaram pela formação da equipa e o desenvolvimento de competências nas temáticas da sustentabilidade, o crescimento dentro da empresa ao nível da gestão do desempenho de modo a chegar a mais equipas e direções e a mobilização de todas as empresas que subscrevem o programa para criação de uma cultura transversal de sustentabilidade.

Atualmente, o programa Gente com Ideias consolida, por um lado, a gestão estratégica dos temas-chave e o desempenho do Grupo em matéria de sustentabilidade – através do comité de sustentabilidade e dos focal points, de quem resulta diretamente a produção dos relatórios de sustentabilidade do Grupo – e, por outro lado, mobiliza os colaboradores em torno de iniciativas definidas para cada um desses temas – através da equipa Gente com Ideias.

Esta equipa encontra-se organizada por grupos de trabalho com áreas de intervenção específicas que apontam para as temáticas identificadas como sendo os eixos ou vetores de desenvolvimento sustentável e responsabilidade social.

Atualmente, existem já sete equipas que laboram nas seguintes vertentes: comunicação, solidariedade, estilos de vida saudável, literacia financeira, ambiente, prevenção rodoviária e solidariedade interna (“ajudar cá dentro”) que reúnem mensalmente e criam iniciativas para dinamizar e envolver os colaboradores e empresa nos temas a que estão alocadas.



Acompanhar para melhor responder

Em 2012 e 2013 o Comité de Sustentabilidade manteve a sua 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.

No caso da Fidelidade, entre 2012 e 2013 nove novas direções integraram o Comité de Sustentabilidade para garantir uma cada vez maior abrangência da estrutura desta empresa. No caso da Multicare, OK! teleseguros, CARES, Safemode e GEP, continuaram a fazer parte deste Comité um membro por empresa.

A equipa de focal points era constituída no final de 2013 por 45 colaboradores, um aumento de 50% comparativamente a 2011 (data da sua criação). Este aumento reflete a maior necessidade de recolha de informação sobre o desempenho económico, ambiental e social do Grupo. Esta estrutura, no biénio 2012-2013, cooperou com a equipa Gente com Ideias, cuja missão passa pela dinamização e mobilização dos colaboradores para estas temáticas.

'A sustentabilidade está a criar novas oportunidades para o nosso negócio.'

Colaborador auscultado na consulta a partes interessadas realizada em 2013

PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Constituído por representantes de todas as empresas que subscrevem o Programa de Responsabilidade Social Gente com Ideias

26 membros no Comité de Sustentabilidade

45 focal points

30 elementos na equipa Gente com Ideias

RESPONSABILIDADES DO 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



Envolvimento com as partes interessadas

A gestão das relações e o envolvimento com as partes interessadas torna possível a identificação das suas expectativas relativamente ao Grupo e, conseqüentemente, a sua integração na estratégia de negócio do Grupo. Esta prática é reflexo de um compromisso claro: criar valor junto das partes interessadas.

Em 2013 o foco foram os stakeholders internos – colaboradores, mais especificamente a equipa de Focal Points e o Gente com Ideias, que foram consultados através de focus group e questionários sobre o desempenho social e ambiental do Grupo e sobre as áreas de atuação estratégicas para o futuro.

PARTES INTERESSADAS

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

ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO

REFORMA

SAÚDE

RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA

GESTÃO EFICIENTE DE RECURSOS

Figura 2 - Desafios identificados na consulta a partes interessadas

Queremos prestar o melhor serviço e tratar bem aqueles que nos escolhem, porque temos esse privilégio: podermos ajudar as pessoas e as empresas quando realmente é preciso, proporcionarmos a verdadeira sustentabilidade quando é necessário, e preocuparmo-nos, verdadeiramente.

INOVAÇÃO

DIVERSIFICAÇÃO

A network diagram on a red background. It features several black silhouettes of people inside circles of varying sizes, connected by solid and dashed lines. A large, white, bold question mark is centered over the diagram.

2

**MAIS PRÓXIMO
DO CLIENTE**

**RESULTADOS
EM 2013
CLIENTES**

8,1

de média global de satisfação dos Clientes de Sinistros Automóvel: Danos Materiais

8,2

de média global de satisfação em Sinistros de Acidentes de Trabalho Leves

8,0

de média global de satisfação em Sinistros de Habitação

8,2

de média global de satisfação dos Clientes Multicare

8,7

de média global de satisfação dos Clientes de assistência da CARES

8,0

de média global de satisfação dos Clientes de OK!teleseguros

3,54% redução do índice de reclamações na linha de negócio de peritagens patrimoniais, face a 2012

5,97 dias úteis de execução dos serviços de averiguação de sinistros, uma redução de 2,4% face a 2012

2,2 dias úteis acordados com as oficinas para a execução das reparações, uma redução de 4,3% face a 2012

AGILIZAMOS A CADEIA DE VALOR PARA UM MELHOR SERVIÇO

Estamos focados em proporcionar, de forma progressiva, uma maior comodidade aos nossos clientes. Por isso, temos implementado projetos inovadores e alterado processos que, para além de permitirem uma maior eficiência, têm contribuído para o aumento dos níveis de satisfação dos nossos clientes.

FOCO NA QUALIDADE DO SERVIÇO

Proporcionar uma maior comodidade aos nossos clientes

SUBSCRIÇÃO E CONSULTA DE APÓLICES

Os clientes da Multicare podem já subscrever os planos de saúde e os cartões Activcare através da Internet, bem como consultá-los no telemóvel. A Seguradora deu assim mais um passo importante na promoção da inovação tecnológica para uma maior comodidade dos seus clientes.

GESTÃO DE SEGUROS RÁPIDA E CÓMODA

Em 2012, a Fidelidade lançou novos simuladores de Seguro de Viagem e Seguro de Empregada Doméstica no seu site. Este lançamento teve como principais objetivos a dinamização destes produtos no canal *web*, a incrementação da utilização do referido canal e a introdução, nestes simuladores, de funcionalidades que permitam a monitorização do negócio. Estes simuladores, à semelhança dos simuladores do Seguro Casa, Motas e Automóvel, permitem ao cliente avançar para o preenchimento online da proposta de seguro.

Já em 2013 a Fidelidade lançou o novo portal de seguros para empresas: My Fidelidade Empresas. Neste portal, com toda a comodidade e segurança, as empresas podem gerir a sua carteira de seguros, no que diz respeito à consulta de apólices, recibos, participação e consulta de sinistros de Acidentes de Trabalho e Automóvel, entre outras funcionalidades.

Foi também criada a nova área de Clientes, disponível no site institucional da Fidelidade. Trata-se de um serviço inovador de consulta de apólices, verificação do estado dos processos de sinistro e alteração dos dados pessoais. Esta área ajuda também os clientes na gestão das suas apólices e dá-lhes a conhecer todas as novidades e benefícios que a Empresa tem para oferecer.

A Via Directa renovou em 2013 a parceria celebrada com o maior grupo nacional de distribuição alimentar – o hipermercado Continente – consubstanciada na marca Seguros Continente. Também esta marca foi dotada de uma plataforma de parceiros, com um simulador online. Procedeu-se também a alterações e melhorias ao nível da comunicação veiculada através de emails e outputs da marca.

MAIS PARA OS CLIENTES

Melhoria no extrato de benefícios da Multicare, tornando-o mais acessível e de fácil interpretação.

Disponibilização e atualização de dados do Cliente na área reservada do site da Multicare.

Possibilidade de envio da documentação por email (Multicare).

Continua abrangência do projeto de georreferenciação da CARES, que reduz a existência de erros de localização incorreta e reduz o tempo de chegada dos meios ao local do sinistro.

SERVIÇO DE EXCELÊNCIA EM CASO DE ACIDENTE

A Cares, em 2012, acompanhou de uma forma sustentável a necessária resposta à extensão da garantia de viatura de substituição a toda a carteira dos principais clientes. Já em 2013, estendeu a plataforma *web* de gestão de pedidos de viatura à maioria das empresas rent-a-car, contribuindo decisivamente para a agilização dos processos e diminuição dos tempos de resposta aos segurados.

Adicionalmente, houve um esforço em introduzir rotas de transportes coordenados (distâncias longas), que garantem a entrega de viaturas sinistradas em 24 horas, a nível nacional.

Em caso de acidente, o segurado da Fidelidade pode, desde 2013, optar por uma viatura de substituição de classe inferior à sua viatura, sendo a diferença de valor acumulada para pagamento do prémio anual do ano seguinte.



SERVIÇO DE TÁXIS PARA INCAPACITADOS

Em 2013, a CARES introduziu a opção de transporte de sinistrados de mobilidade reduzida em táxi adaptado nas tipologias de incapacidade que o permitem. Com esta medida pretende-se aumentar o conforto para a pessoa transportada e, em simultâneo, alcançar reduções importantes ao nível do tempo e custo de transporte.

MAIOR EFICIÊNCIA

Agilizar processos numa ótica de eficiência

GANHOS DE EFICIÊNCIA NO TRANSPORTE DE VEÍCULOS LIGEIROS

Em 2013 foram criadas rotas específicas para serviços de transportes agrupados nos principais eixos viários nacionais.

O objetivo desta medida foi diminuir o número de reboques diretos e respetivos custos associados, reduzir os custos ambientais e minimizar o impacto nas pessoas, na medida em que o nível de serviço passou para 24 horas até à entrega do veículo no destino final. É expectável a obtenção de uma redução de custos significativa, a mensurar no decorrer de 2014.

SIMPLIFICAÇÃO DE PROCESSOS

Desenvolvimento das capacidades “Business 2 Business” da plataforma informática da seguradora OK! teleseguros, para a integração dos diversos canais de negócio, a exploração de novos ramos de seguro e o acompanhamento das parcerias em “real time”.

Desmaterialização da documentação a enviar para os mediadores, pela Fidelidade.

Desenvolvimento do processo de validação de faturas eletrónicas de fornecedores da CARES. Em 2013, cerca de 86,9% da faturação dos prestadores foi eletrónica.

Projeto lançado na OK! teleseguros para simplificar e otimizar os processos internos e os recursos associados.

OTIMIZAÇÃO DE PROCESSOS

A OK! teleseguros introduziu em 2013 o Projeto Streamline, cujo objetivo é simplificar e otimizar os processos internos. O projeto pretende identificar oportunidades em duas áreas: simplificação e melhoria da qualidade do serviço prestado ao cliente e otimização de todos os recursos para reduzir os custos.

Também a CARES desenvolveu, em 2012, um processo de validação de faturas eletrónicas de fornecedores, por forma a reduzir o volume de notas de crédito emitidas e reduzir prazos de pagamento. O software de faturação eletrónica via Web permite, de uma forma integrada, validar automaticamente os serviços efetuados, e proceder à respetiva faturação e pagamento.

Em 2013, cerca de 80% da faturação de todos os prestadores já foi processada eletronicamente. Esse facto permitiu que a percentagem dos documentos validados automaticamente tivesse aumentado para os 86,9%.



APLICAÇÃO INOVADORA PARA CRIAÇÃO DE ORÇAMENTOS DE PERITAGEM

Em 2013, a GEP concluiu o desenvolvimento de uma ferramenta de cálculo de valores para a reparação de danos em edifícios – GePoP - que tem permitido tornar mais rigorosas e sobretudo mais transparentes as peritagens patrimoniais. Esta aplicação permite ao perito criar o orçamento de peritagem patrimonial diretamente na aplicação, reduzindo erros de cálculo, reclamações e custos. Esta aplicação constitui um marco importante no desenvolvimento da linha de negócio de peritagens patrimoniais.

MAIS PARA OS PERITOS

Criação, em 2012, da ferramenta GesperII para os supervisores de peritagens automóvel, que lhes permite aceder numa única aplicação a todo o processo de peritagem automóvel.

Criação, em 2013, do comité de averiguadores para identificação de necessidades, no sentido de uma melhoria da qualidade do serviço prestado. Trata-se de um processo ainda embrionário, ao qual será dada continuidade em 2014.

MAIS FERRAMENTAS PARA OS MEDIADORES

Agilizar processos e promover o desenvolvimento do negócio

NOVAS FUNCIONALIDADES NAS PLATAFORMAS MEDINET E ADN

As plataformas Medinet e ADN têm ganho novas funcionalidades, com o intuito de gerar mais e melhores ferramentas à disposição dos mediadores. O objetivo final destas melhorias passa sempre pela otimização da eficácia, da eficiência da gestão das carteiras e aumento da autonomia do mediador.

Destacam-se em 2012 e 2013, a possibilidade de impressão automática de propostas de seguros, a possibilidade de aceitação e emissão das apólices Vida Risco, bem como o carregamento da informação relativa a Folhas de Férias, entre outras funcionalidades.

MAIS PARA OS MEDIADORES

O Grupo apoia os mediadores para criar *site* das lojas, adaptado às questões locais.

Aplicação informática que ajuda os mediadores a gerir todos os recibos dos clientes da sua carteira e controlar os pagamentos efetuados de forma mais eficaz (Sistema OPeRA).



MONITORIZAÇÃO DO DESEMPENHO DO MEDIADOR

Através do Medinet/ADN, os mediadores podem agora monitorizar a sua performance e implementar desde logo a estratégia para fazer mais e melhor.

O Radar M é uma aplicação informática de grande utilidade, mostrando de forma imediata, em formato de velocímetro, o grau de sucesso do mediador na comercialização de apólices novas, na manutenção de apólices em vigor e no processamento de prémios. Está igualmente disponível um menu para seleção de diferentes opções de consulta dos indicadores de gestão, permitindo ao mediador efetuar análises por grupo/conta, mês/ano ou até tipo de cliente.

Com esta funcionalidade, desenvolvida em 2012, os mediadores ganham rapidez de análise, eficiência na gestão e autonomia.

GESTÃO DA ATIVIDADE COMERCIAL

A aplicação para Gestão da Atividade Comercial permite aos mediadores gerir clientes-alvo com maior probabilidade de concretização de negócio, visualizar informação fundamental para contacto, agendar tarefas por cliente e registar a evolução de cada contacto, entre outras funcionalidades. Desenvolvida em 2012, esta aplicação reduz o tempo despendido em atividades preparatórias e liberta mais tempo para outras abordagens comerciais com os clientes. Permite ainda um maior controlo sobre a taxa de anulação das renovações de apólices, contribuindo para os resultados positivos da rede de mediação.

VENDA ATIVA A CLIENTES

Porque a proatividade na venda é elemento determinante de sucesso, o momento em que o Cliente contacta ou visita deve ser rentabilizado comercialmente. O Venda Ativa a Clientes (VAC) potencia este momento, disponibilizando ofertas simples e de rápida cotação, com argumentários pré-construídos e fáceis de comunicar. É por isso uma ferramenta essencial no apoio à venda.

RESPOSTA EM SITUAÇÕES DE EMERGÊNCIA

Estar ao lado do cliente quando o infortúnio acontece

RESPOSTA EM SITUAÇÕES DE EMERGÊNCIA

A atuação das seguradoras deve ser também avaliada pela reação e capacidade de resposta em situações de emergência. Nos últimos dois anos, destacam-se três situações em que as medidas implementadas pelas seguradoras para apoiar o regresso à normalidade das atividades, seja pela ativação imediata de linha de apoio a clientes, a execução rápida de avaliações e indemnizações, a disponibilização de veículos de substituição ou a peritagem imediata, foram fundamentais.

ACOMPANHAMOS AS NECESSIDADES DO CLIENTE

CASO INCÊNDIO CARMONTI

A SITUAÇÃO

24 de agosto 2013

Deflagrou durante a noite um incêndio na Carmonti, empresa de transformação de carnes, no Montijo.

A mediadora esteve presente no local desde o momento da ocorrência do sinistro, tendo informado de imediato a estrutura comercial acerca da situação, a qual tomou as diligências necessárias para que, no dia seguinte, estivesse presente a equipa de peritos.

As instalações desta unidade fabril ficaram destruídas, pondo em causa a produção e muitos postos de trabalho.

DESTAQUES

No dia seguinte (domingo), foi destacada uma equipa de peritos e técnicos especializados para trabalharem no levantamento de dados.

Início das operações de demolição e recuperação de bens a 28 de agosto.

CASO TORNADO NO ALGARVE

A SITUAÇÃO

16 de novembro de 2012

O tornado afetou essencialmente os concelhos de Lagoa e Silves.

De imediato a Companhia acionou um plano de contingência e destacou para o Algarve equipas de peritos e técnicos especializados para trabalharem no levantamento de dados, identificando e avaliando com a máxima rapidez os danos verificados, e procederem à elaboração dos relatórios de peritagem no próprio dia, permitindo assim o rápido processamento das correspondentes indemnizações.

Para facilitar a participação dos sinistros e para esclarecimento de todas as dúvidas, as linhas telefónicas de sinistros Automóvel e Multiriscos estiveram abertas no dia 17 de novembro (sábado, dia seguinte à ocorrência do tornado).

Também o Help-a-Car de Portimão esteve aberto no dia 17 de novembro dando apoio aos Clientes e Mediadores num momento extremamente difícil.

DESTAQUES

Mais de 200 chamadas recebidas no Contact Center.

270 Sinistros participados.

343.073€ de indemnizações pagas.

20 viaturas de cortesia cedidas.

O desenvolvimento de produtos para facilitar o acesso à poupança e sensibilizar os portugueses para a necessidade de preparar e inovar a reforma é um dos nossos eixos estratégicos.

Também a proximidade e a utilidade são elementos-chave da nossa abordagem ao cliente. Neste âmbito, procuramos atuar, não só ao nível de plataformas mais práticas, mas também ao nível da oferta e dos serviços agregados.

A introdução de coberturas inovadoras, capazes de tornar os seguros mais úteis e próximos dos cidadãos, de modo a incorporar preocupações sociais na oferta e em serviços agregados, é um compromisso que queremos continuar a desenvolver.

A evolução económica recente, marcada pela longevidade crescente da população, pelo redimensionamento inevitável das funções sociais do Estado e pela alteração das macrotendências sociais, veio acentuar a perceção, resultante da nossa experiência seguradora, de que a temática da Reforma não poderá continuar a ser resolvida exclusivamente com recurso às variáveis económico-financeiras tradicionais.

PROMOÇÃO DA POUPANÇA

Criar soluções e projetos diferenciadores

FIDELIDADE LEVE PPR

Lançado em 2007, o LEVE PPR da Fidelidade tem como objetivo passar a mensagem da importância crescente que a poupança tem para a reforma. É o maior reflexo do compromisso do Grupo de transferir para a poupança parte da satisfação associada ao consumo, invertendo a inércia que inibe os comportamentos de poupança.

O Leve PPR pertence à nova geração dos planos de poupança reforma: simples, flexível e ao alcance de todos. Tem associado o Cartão Leve, um cartão de crédito que lhe permite aumentar a sua poupança sem qualquer esforço adicional. O conceito do LEVE agrega outras iniciativas desenvolvidas pela Empresa.

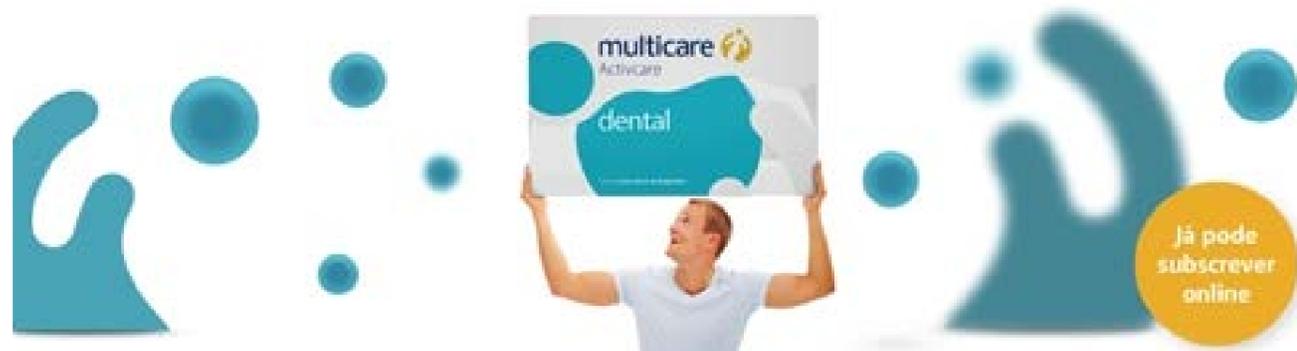
PROGRAMA CONSCIÊNCIA LEVE

Esta iniciativa pretende ser um estímulo definitivo para a criação de uma nova mentalidade de poupança reforma e novos princípios de equilíbrio económico da reforma, através de um conjunto de iniciativas, da produção de know-how e da criação de meios de divulgação que contribuam para uma sociedade mais consciente e instruída, no âmbito do acesso à poupança.

INNOVATION IN RETIREMENT AWARDS

Também enquadrado no Programa Consciência LEVE, o Prémio Innovation In Retirement (PIR) consiste num desafio lançado a alunos e docentes das universidades e de outros estabelecimentos de ensino superior, para o desenvolvimento e apresentação a concurso de trabalhos na área da poupança para a reforma.

Com edições em 2009, 2011 e 2013, este prémio é divulgado no início de cada semestre dos anos letivos respetivos, através de um *roadshow* que percorre todo o país, ações de comunicação dirigidas aos alunos, através da utilização do facebook, envio de *newsletters* mensais com conteúdos relacionados com a temática do PIR e emails de motivação e de alerta sobre os prazos de candidatura.



Em 2013 foram realizadas 37 ações, com 29 presenças em aulas, sendo diretamente envolvidos mais de 500 alunos. Complementarmente foram colocados anúncios nos principais jornais económicos e revistas universitárias, ao mesmo tempo que o site era constantemente atualizado com informações acerca do PIR.

Como resultado destas iniciativas, registaram-se 33 candidaturas ao PIR, o que demonstra o elevado interesse que esta abordagem conseguiu registar junto dos estudantes de licenciaturas e mestrados de diferentes áreas de ensino.

POUPANÇA AUTO

O Poupança Auto é um seguro de capitalização, por um ano e seguintes, com taxa de remuneração anualmente definida, que permite poupar sem esforço através de um plano de entregas mensais para pagar a anuidade seguinte do seguro automóvel.

Como vantagens destaca-se a garantia de preço durante dois anos, (em caso de subida de preço, o cliente não é afetado), diluição mensal do esforço financeiro e uma maior confiança e segurança financeiras ao constituir uma poupança para prevenir antecipadamente o pagamento de despesas futuras.

SAÚDE E SEGURANÇA

Investir na proteção e na prevenção

OFERTA DE PLANOS DE SAÚDE SIMPLES E COMPLETA

As novidades da Multicare surgem numa altura em que muitos portugueses enfrentam dificuldades em manter algumas das suas despesas habituais, mas não abdicam da segurança proporcionada pelo seguro de saúde, reconhecendo o valor que tem nas suas vidas. A estratégia da Multicare tem sido de contínua inovação e resposta às necessidades dos clientes.

As pessoas percebem o seguro de saúde como uma mais-valia significativa na sua qualidade de vida, pelo que estão dispostas a manter este benefício em complementaridade ao Serviço Nacional de Saúde.

Os Planos de Saúde disponíveis na Multicare, tais como, Planos Fechados e Plano de Medicinas Alternativas, têm privilegiado formatos simples mas simultaneamente completos. Já os Planos Personalizados permitem ao cliente construir, com total flexibilidade e conveniência, um seguro de saúde ajustado às suas necessidades específicas.

Finalmente, os Cartões Activcare permitem o acesso direto a uma rede médica alargada, a preços mais acessíveis, para uma vida saudável. A oferta da Multicare é complementada pelas vantagens da Rede de Parcerias.

A prevenção ativa é central na nossa atuação em matéria de saúde. Uma sociedade prevenida é uma sociedade mais saudável e mais sustentável. Os custos associados à prevenção são genericamente inferiores aos custos associados ao tratamento da doença. O investimento na mudança de paradigma de vida das pessoas, melhorando substancialmente a qualidade das suas vidas futuras, está no centro das nossas prioridades e preocupações.



REFORMULAÇÃO DA OFERTA

Em 2012, a Multicare encetou um conjunto de alterações à sua oferta, com o intuito de melhor responder às necessidades dos clientes, sobretudo considerando o contexto socioeconómico de Portugal. Nesse sentido, foi reforçado o leque de exames na cobertura de medicina preventiva, aumentado o número de prestadores onde se pode realizar o check-up gratuito e incluído um rastreio auditivo e oftalmológico para crianças com 5 e 10 anos de idade.

Também os capitais de internamento foram melhorados com o objetivo de acompanhar os clientes quando eles realmente precisam, uma vez que capitais abaixo dos 25.000€ são insuficientes no tratamento de doenças graves.

Ainda em 2012, a Multicare passou a reembolsar as taxas moderadoras a 100%, acreditando que desta forma está mais presentes na resposta às necessidades dos clientes.

INOVAÇÃO NA OFERTA

Reforçando a sua posição de líder de mercado na área da saúde, a Multicare apostou mais uma vez na inovação e completou a sua oferta de planos de saúde com os novos Simplecare. No essencial, estes planos permitem privilegiar a manutenção da saúde, em função das necessidades dos clientes e seus agregados familiares.

Também em 2013, numa parceria entre a Via Directa e a Multicare, foi lançado o novo produto OK! Saúde nas modalidades Plano de Saúde e Cartão.

CAPTAÇÃO DE NOVOS CLIENTES

O sucesso da nova gama de produtos da Multicare traduziu-se na captação de 8.560 novos clientes.

OFERTA DE RASTREIOS CARDIOVASCULARES

Em maio e novembro de 2013 a Multicare promoveu rastreios cardiovasculares. Na ação de maio, esta oferta destinou-se a 1.650 clientes. Já em novembro, dirigiu-se a clientes que compraram um seguro de saúde, mediante regras predefinidas, tendo sido oferecidos 3.665 rastreios.

OFERTA DE RASTREIOS

5.315 rastreios cardiovasculares oferecidos a clientes em 2013.

SEGURO DE ACIDENTES DE TRABALHO: O ÚNICO NO MERCADO COM RENÚNCIA DO DIREITO DE REGRESSO

O Seguro de Acidentes de Trabalho – Conta de Outrem é um seguro obrigatório, mas não garante todas as responsabilidades imputáveis ao Empregador. Se ocorrer um sinistro em que não tenham sido respeitadas, pelo Empregador, as regras em vigor sobre a segurança e saúde no trabalho, este pode ser responsabilizado pelos custos do sinistro.

O exercício, por parte da seguradora, do direito de reembolso dos custos suportados, alguns deles que se podem prolongar por vários anos, pode originar evidentes constrangimentos na relação comercial com os clientes e arruinar a tesouraria de uma empresa.

Com a cobertura adicional da renúncia do Direito de Regresso a Fidelidade prescinde do Direito de Regresso nos casos de Acidentes de Trabalho causados por inobservância das condições de segurança, em consequência de mera negligência, não exigindo ao empregador a devolução dos montantes despendidos. Trata-se de uma cobertura inovadora para apoiar os clientes em momentos difíceis, minimizando o impacto financeiro de situações de acidente em que o empregador é considerado responsável.



A SEGURANÇA NUM NOVO PLANO – PROGRAMA SAFELIFE

Desenvolver nas organizações uma cultura e capacidades de gestão de segurança é o objetivo do Programa Safelife. Implementado pela Safemode, este programa destina-se a reforçar nas organizações as suas capacidades de gestão de segurança já implementadas na empresa, para que se identifique desde logo o conjunto de necessidades a suprir e o grau de envolvimento da administração da empresa com todas as questões ligadas à Segurança e Saúde no Trabalho, bem como o contexto laboral naquela organização.

O diagnóstico permite traçar objetivos claros e tangíveis para implementar na empresa, integrando uma estratégia de melhoria dos procedimentos que prevê o envolvimento de toda a estrutura da organização. Ao nível dos colaboradores, é dado um foco na comunicação e sensibilização para o tema e para a importância dos comportamentos individuais. Ao nível dos gestores, são disponibilizadas ferramentas para medir a segurança na empresa e avaliar o seu posicionamento competitivo face aos principais agentes. Ao nível dos decisores, é apresentada uma análise de custos diretos e indiretos.

Com este programa beneficiam os colaboradores, cujo bem-estar é naturalmente preservado, e beneficia a empresa, cuja produtividade é menos afetada e cujas despesas com sinistros são efetivamente reduzidas.

MAIOR PROXIMIDADE DOS CLIENTES

Criar soluções que respondam a problemáticas sociais

PROTEÇÃO VITAL DO CONDUTOR

O novo seguro Proteção Vital do Condutor, lançado no início de 2014 pela Fidelidade, procura responder à seguinte questão: o que é que acontece ao condutor em caso de acidente em automóvel próprio, em situação de ferimentos ou falecimento? Esta questão é despoletada pelo facto de os condutores serem as principais vítimas graves dos acidentes e não estarem abrangidos pelo seguro obrigatório automóvel: 70% dos condutores são vítimas do acidente e 50% estão desprotegidos, não tendo por isso direito a qualquer indemnização.

Prestar a melhor proteção e serviço aos Clientes, com uma cobertura pioneira no mercado que garante ao condutor uma proteção mais abrangente e todo o apoio médico necessário desde o primeiro momento, estando ou não definidas as responsabilidades pelo acidente, é a preocupação da Fidelidade com o lançamento deste produto.

A Proteção Vital do Condutor é bastante mais abrangente do que as coberturas tradicionais de acidentes pessoais, ficando o condutor com uma proteção muito mais próxima à que os restantes ocupantes beneficiam através do seguro de responsabilidade civil obrigatória.

Esta nova cobertura pressupõe o acompanhamento de todo o processo por uma equipa de profissionais experientes da Fidelidade, garantindo o melhor tratamento possível e outros serviços necessários à recuperação do sinistrado. Não se limita o serviço ao pagamento de capitais e reembolsos de despesas.

LANÇAMENTO DO SEGURO LOW-COST IPRONTO

Com uma componente de “self-servicing” e de gestão online, o seguro low-cost iPronto, no mercado desde final de 2012, procura ir ao encontro das necessidades do profissional jovem urbano, familiarizado com os canais digitais e sem tempo a perder.

Desde o seu lançamento, este seguro obteve uma boa aceitação junto dos consumidores, que cresceram sem qualquer desconfiança em relação à evolução tecnológica e que representam já uma fatia significativa do mercado. A marca iPronto tem vindo a reforçar a sua notoriedade e a conquistar o seu lugar no mercado, de forma natural e consolidada.

iPronto é a marca low-cost de Seguro Automóvel da Via Directa.



DIVERSIFICAÇÃO

Alargar a atividade a outros ramos

NOVOS PRODUTOS OK!

A OK! telesseguros alargou a sua atividade, em 2012, a outros ramos da atividade seguradora, lançando o OK! Casa – um produto de Multirriscos Habitação disponibilizado em três planos de proteção crescente: Simple, Plus e Exclusive, permitindo ao cliente a opção pelo produto que melhor se adapte às suas necessidades. Lançou também o seguro de Acidentes Pessoais, que se estrutura em três produtos: OK! Acidentes Pessoais, OK! Viagem e OK! Desporto.

A pensar nos condutores mais jovens, no final do ano de 2012 lançou o produto OK! MUV. Para além de uma vasta oferta de coberturas, entre as quais se destaca uma assistência em viagem bastante inovadora, este produto assenta nos conceitos de poupança (disponibilizando diferentes opções de seguro consoante a carteira), segurança (possibilidade de contratar uma apólice com cobertura GPS) e no incentivo a uma prática de condução mais consciente.

Já em 2013, a OK! telesseguros tornou-se a primeira ‘seguradora direta’ em Portugal a lançar um produto do ramo Automóvel destinado a empresas – o OK! Pro – uma solução de seguros para empresas de pequena e média dimensão, com especial enfoque nas empresas de serviços com veículos de uso particular e profissional dos seus colaboradores. Este produto foi disponibilizado nas modalidades de responsabilidade civil, de responsabilidade civil e furto ou roubo, e de danos próprios.

PROTEÇÃO DE PAGAMENTO

Apoiar os clientes a cumprir os seus compromissos em situações de incerteza

PAGAMENTO PROTEGIDO

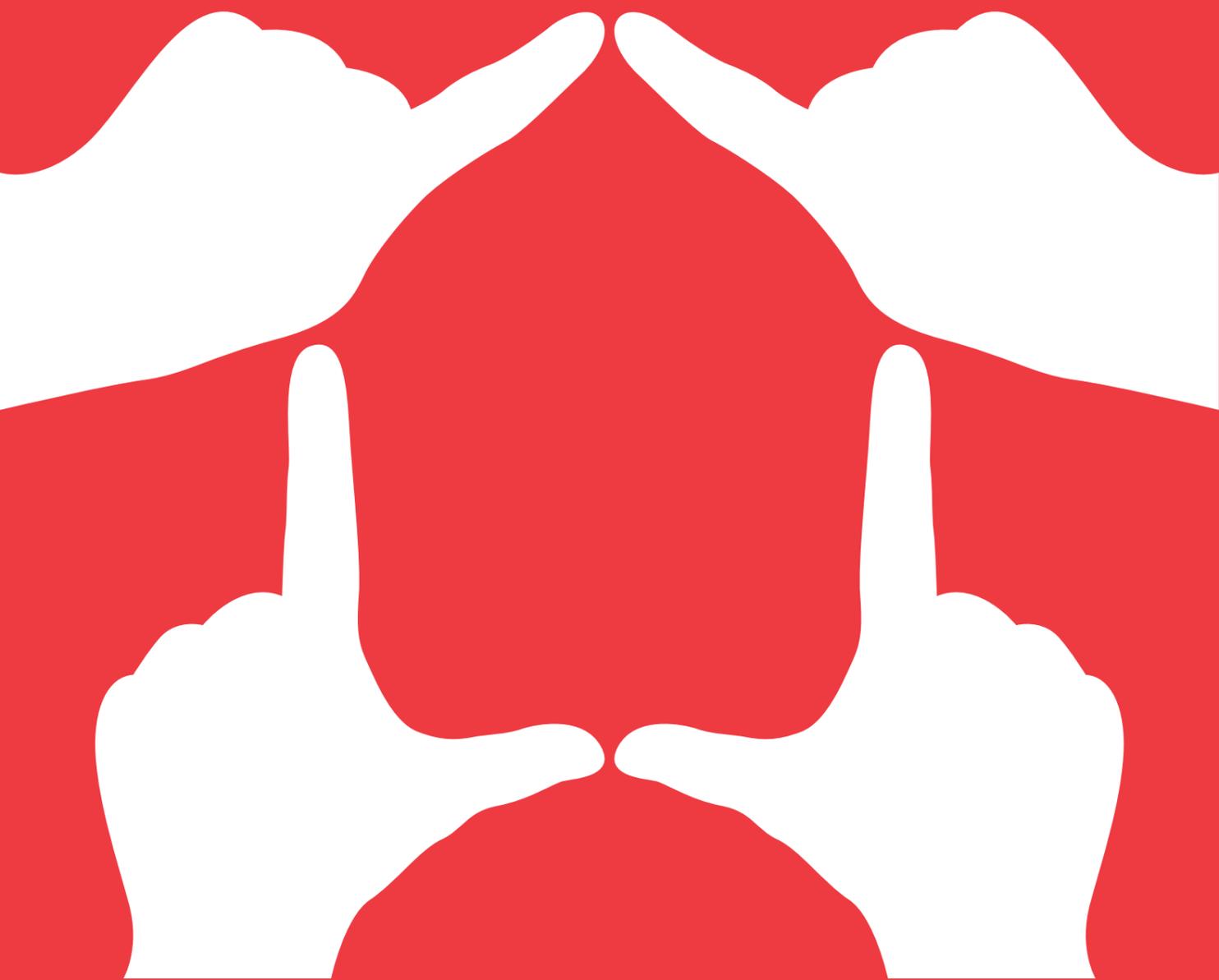
Com a missão de encontrar uma solução válida para ajudar as pessoas a cumprir os seus compromissos financeiros e a salvaguardar a segurança das suas famílias no atual clima de incerteza, as seguradoras do Grupo desenvolveram e incluíram em todas as apólices em carteira, sem qualquer custo adicional, a cobertura Plano Proteção de Pagamento, que assegura o pagamento do prémio de seguro automóvel, pelo período de seis meses, em situações de imprevisto de incapacidade temporária por acidente ou doença, por desemprego involuntário de trabalhadores por conta de outrem e por hospitalização. Esta oferta está igualmente garantida nos novos contratos.

EXPANSÃO

NEGÓCIO

Os nossos colaboradores são o maior património, um pilar fundamental da nossa atividade. Estamos conscientes de que a promoção do seu desenvolvimento é um fator determinante para o nosso sucesso. Por isso, investimos continuamente nas nossas Pessoas e procuramos soluções que contribuam para a sua qualidade de vida.

3



**MAIS PRÓXIMO DOS
COLABORADORES**

**RESULTADOS
EM 2013
COLABORADORES**

3.328
colaboradores

80.011 horas
de
formação

98,5% dos
colaboradores
com contrato
sem termo

15% dos colaboradores
da Via Directa com
o Certificado de
Competências Pedagógicas

VALORIZAMOS AS NOSSAS PESSOAS

Incentivamos a formação como forma de contribuir para o desenvolvimento das competências dos nossos colaboradores. Queremos disponibilizar-lhes um conjunto de meios que potenciem a sua motivação e lhes forneçam as ferramentas necessárias para o desempenho das suas atividades diárias.

FORMAÇÃO E ORIENTAÇÃO DAS EQUIPAS

Promover o desenvolvimento de competências e alinhar com os objetivos estratégicos das empresas

REFORÇO DE COMPETÊNCIAS

A valorização dos recursos humanos e a aposta na formação interna continuaram a ser uma prioridade em 2013, o que permitiu atingir um registo médio de 67 horas de formação por colaborador na Via Directa.

O Plano de Formação assenta no alinhamento estratégico do negócio com as necessidades formativas dos colaboradores. Entre outras formações externas destaca-se a formação de Inglês. Também a GEP promoveu a formação em inglês junto dos diretores e equipas técnicas. Em 2014, prevê-se a extensão desta formação para supervisores e administrativos.

Importa referir que a Via Directa reforçou de forma significativa as competências dos seus formadores internos, proporcionando-lhes a certificação das suas competências nesta área, habilitando-os assim a ministrar as formações, não só às necessidades decorrentes da atividade da Companhia, como na melhoria e desenvolvimento de competências comportamentais dos Colaboradores. Resultado do enriquecimento das competências técnicas e pedagógicas, 15% dos Colaboradores que asseguram as necessidades de formação internas e externas da Companhia são certificados com o Certificado de Competências Pedagógicas.

FORMAÇÃO

67 horas de formação por colaborador na Via Directa

15% dos Colaboradores da Via Directa com o Certificado de Competências Pedagógicas

Na Multicare, no âmbito da promoção do conhecimento, destacou-se em 2013 o início da implementação dos programas de "Business Development" e de formação interdepartamental. Desenvolveu-se ainda o relacionamento com Universidades, apoiando mestrados e doutoramentos, com vista ao desenvolvimento científico da área de produtos no âmbito da inovação.

PROGRAMA ALTA FIDELIDADE

Em paralelo com as iniciativas de lançamento da nova Marca, foi realizado um Programa inovador de reflexão estratégica, abrangente, mas também bastante pragmático, que permitiu debater e construir as ideias-chave e grandes prioridades de ação com foco na Liderança dos Recursos Humanos.

Abrangendo 120 pessoas, primeiras e segundas linhas e com responsabilidades na liderança de equipas, foram realizadas 18 sessões abordando seis temas prioritários na Gestão de Recursos Humanos da Fidelidade.

RELAÇÃO ENTRE HIERARQUIAS

120 diretores de primeira e segunda linha participaram no Programa Alta Fidelidade

ENVOLVEMOS E MOTIVAMOS

FORMAÇÃO "PARA" O CLIENTE

Em 2012, a Cares procedeu à revisão de todos os processos, procedimentos e manuais de formação da Área de Operações. Esta área, em 2013, foi alvo de uma ação de formação transversal, com especial enfoque no atendimento ao Cliente, sustentada na análise de resultados dos inquéritos de satisfação dos clientes.

ENVOLVER PARA DESENVOLVER

A Fidelidade criou em 2013 a iniciativa 'Envolver para Desenvolver', dirigida a todos os colaboradores da direção de sinistros patrimoniais, cujo objetivo se centra em formar e envolver os colaboradores nas matérias mais relevantes para o exercício da sua atividade.

Globalmente, realizaram-se oito ações, com vista a potenciar a comunicação interna para criar um ambiente de maior envolvimento das pessoas com os objetivos da direção e desenvolver os skills dos gestores para o exercício das suas funções.

ENVOLVIMENTO DOS COLABORADORES NAS MATÉRIAS CENTRAIS DO NEGÓCIO

8 ações realizadas em 2013 no âmbito da iniciativa Envolver para Desenvolver.

PROGRAMAS ENERGIZADORES

A Via Directa tem promovido vários programas que visam mobilizar todos os colaboradores para uma maior compreensão do caminho estratégico seguido pela Empresa. Estes programas são dinamizados pelos colaboradores – energizadores – que motivam os colegas através do desenvolvimento de comportamentos que fomentem atitudes positivas e da capacidade de levar aos outros a mensagem.

O projeto tem permitido uma valorização constante das Pessoas, com novas perspetivas de carreira, tendo sido fonte de motivação dos colaboradores e potenciadora da manutenção dos melhores talentos da Companhia. De destacar que mais de 90% dos colaboradores que atualmente exercem funções técnicas e de coordenação iniciaram na Via Directa a sua carreira no setor segurador e na sua grande maioria no desempenho de funções no Contact Center.

UMA EMPRESA QUE DÁ OPORTUNIDADES

90% dos colaboradores que atualmente desempenham funções técnicas e de coordenação na Via Directa começaram a sua carreira no Contact Center.



FÓRUM ENVOLVER

Uma das preocupações da OK! teleseguros é encontrar novas formas de envolver os colaboradores. Por isso, a Empresa lançou a iniciativa 'Envolver', que visa abrir a organização aos seus colaboradores, através da realização de fóruns de partilha de informação entre direções e da identificação de ações de melhoria para um aumento da eficácia e eficiência do negócio, em prol da satisfação dos Clientes e Colaboradores.

SEMANA ABERTA

Consiste na possibilidade de todos os colaboradores terem a oportunidade de tomar conhecimento de forma prática do trabalho desenvolvido nas outras áreas. Permite, simultaneamente, desenvolver comportamentos que assentam em valores de integridade, espírito de iniciativa, criatividade, melhoria e responsabilidade.

MOBILIDADE

A aposta na mobilidade dos seus colaboradores, quer no âmbito da empresa, enquadrando-os noutras áreas e em funções mais adequadas ao seu perfil, quer no âmbito do Grupo, confere aos seus Colaboradores perspetivas e oportunidades de carreira alargadas.

PROGRAMA GIR@SSOL

Com o intuito de criar uma cultura de gestão de risco nestas empresas e contribuir para uma estrutura organizacional que integre e garanta o reconhecimento generalizado da importância da gestão de riscos e do controlo interno, foi criado o Programa Gir@ssol - Gestão Integrada do Risco em Solvência.

No ciclo de atividades de 2012-2014, foi criado um portal na Intranet sobre o tema e foi realizado um conjunto de *workshops* abrangendo colaboradores de todas as empresas do Grupo. Nestas sessões, os colaboradores são chamados a identificar e avaliar os principais riscos dos seus processos, associar atividades de controlo que os mitigam e, finalmente, propor oportunidades de melhoria. Em 2012 e 2013, foram ministradas 1.488 horas, que abrangeram 352 colaboradores.

BENEFÍCIOS PARA OS COLABORADORES

Reconhecer o desempenho

BENEFÍCIOS CONTRATUAIS E EXTRA-CONTRATUAIS

Entre os benefícios atribuídos aos colaboradores da Fidelidade, destacam-se os programas de formação profissional, incentivos à formação académica, seguro de vida e de saúde, complementos de reforma, condições especiais quer na aquisição de seguros pessoais, quer na obtenção de empréstimos para aquisição de habitação e ainda apoio financeiro em situações de emergência social. A Fidelidade proporciona também apoio à família, dispensando os colaboradores na manhã do primeiro dia de aulas dos filhos com idade até aos 10 anos e através da atribuição de prémios de mérito aos filhos de colaboradores que se destaquem nas avaliações dos exames do 9.º e 12.º ano. É ainda disponibilizado um financiamento, sem juros, para a aquisição de livros escolares. Nos últimos anos, o Grupo tem procurado uniformizar os benefícios atribuídos a colaboradores junto das restantes empresas abrangidas pelo presente relato.

CONTRIBUÍMOS PARA A QUALIDADE DE VIDA DAS NOSSAS PESSOAS

Promover a solidariedade interna, o bem-estar e a qualidade de vida dos nossos colaboradores é a missão do projeto 'Ajudar Cá Dentro'. No âmbito do Programa Gente com Ideias, com este projeto pretende-se passar a mensagem de que é possível superar alguns constrangimentos provocados pela atual crise económica, através de iniciativas construtivas e atitudes positivas no quotidiano familiar e profissional de cada colaborador.

APOIO AOS COLABORADORES

Estar presente quando os colaboradores mais precisam, porque a responsabilidade social deve começar cá dentro

NÓS: GRUPO DE APOIO SOCIAL

A crise económica que se vive e que afeta a sociedade não tem deixado indiferente a Fidelidade Grupo Segurador, no que diz respeito às necessidades dos seus colaboradores. Neste contexto, foi criado em 2013 o projeto NOS - Grupo de Apoio Social - acrescentando aos benefícios já existentes para os colaboradores uma série de outros apoios nas vertentes financeira, social e psicológica.

Numa primeira fase, este projeto teve como base o programa que existe na Caixa Geral de Depósitos. Foi criado para tal um grupo de trabalho com profissionais da Fidelidade que, para além das suas tarefas habituais, trabalha neste novo projeto. Esta equipa integra também em regime de part-time assistentes sociais e psicólogos, para quem são encaminhados os pedidos recebidos.

Como áreas abrangidas por este projeto destacam-se:

- **Apoio social/psicológico:** nomeadamente através da assistência à família, apoio em situações de crise na família e apoio em situações de crise relacionadas com eventos de vida.
- **Apoio financeiro:** complementarmente a outros benefícios já existentes, encaminhamento para consultas individuais de cariz financeiro relacionados com a gestão do orçamento familiar, poupanças e investimentos.

EXPLICAÇÕES "DE NÓS PARA NÓS"

'Saber dar e dar saber' é a premissa por trás desta iniciativa. Colaboradores disponibilizaram-se para dar, gratuitamente, explicações a filhos de outros colaboradores a frequentarem o 11º e o 12º ano de escolaridade.

BOLSA DE EMPREGO PARA FAMILIARES DE COLABORADORES

A Fidelidade Grupo Segurador criou a Bolsa de Emprego para familiares de colaboradores em situação de desemprego, que pretende ser um elemento facilitador para todos aqueles que têm familiares nestas circunstâncias.

Para o desenvolvimento deste projeto, o NÓS - Grupo de Apoio Social, criou um conjunto de parcerias com empresas de recrutamento que se destacam pela qualidade do serviço prestado.

Em cada empresa existe um interlocutor, a quem são encaminhados os currículos recebidos. As empresas procuram entrevistar todos os candidatos. Sabendo que não é assegurada a colocação do familiar numa organização, pretende-se garantir que os currículos que são analisados e enviados para as ofertas de emprego disponíveis.

BOLSA DE FAVORES

Na Bolsa de Favores, através do preenchimento de um pequeno formulário, qualquer colaborador pode publicitar o bem que tem para vender a "preço de amigo". Quem precisar e quiser aproveitar a oportunidade, só tem que entrar em contacto direto com o anunciante.

Por outro lado, se o colaborador tiver alguma necessidade, pode também colocar o seu pedido, preenchendo um pequeno formulário. Na Bolsa de Favores estão à simples distância de um clique.



FEIRAS “DE NÓS PARA NÓS”

As feiras “De Nós Para Nós” são iniciativas dirigidas aos colaboradores que têm lugar em diversas épocas do ano e permitem adquirir bens criados e colocados à venda por outros colegas. São exemplo as feiras do Natal e da Páscoa, onde se encontram artigos vários, desde artesanato, pinturas, artigos de decoração ou géneros alimentares, artigos estes criados pelos próprios colaboradores.

DESCONTOS PROTOCOLADOS

A Fidelidade Grupo Segurador estabelece regularmente protocolos com várias entidades, dando assim a possibilidade aos seus colaboradores de usufruírem de diferentes serviços, a preços convidativos, nas áreas de restauração, manutenção automóvel, *software*, hipermercados, estabelecimentos de ensino, *rent-a-cars*, e saúde e bem-estar. Os descontos podem variar entre os 10% e os 40%, dependendo dos serviços utilizados.

ENVOLVEMOS OS COLABORADORES E AS FAMÍLIAS

Mobilizamos e envolvemos os nossos colaboradores para as áreas que consideramos prioritárias: vida saudável, valorização pessoal, família, literacia e solidariedade. Acreditamos que desta forma contribuimos para a sua motivação e, em simultâneo, para a sensibilização para estes temas.

VIDA SAUDÁVEL

Criar iniciativas que promovam o bem-estar dos colaboradores

PROGRAMA CONTRAPESO: COLUNA CONTRAPESO E CONSULTÓRIO CONTRAPESO

Destinado a apoiar os colaboradores que queiram reduzir o excesso de peso, o Programa Contrapeso conta já com seis edições, quatro das quais tiveram lugar em 2012 e 2013. Ao todo, 120 colaboradores passaram pelo Programa.

O Programa tem uma componente formativa muito prática, que passa pela gestão dos alimentos, da atividade física e do *stress* (e de tudo aquilo que está associado ao estilo de vida de cada pessoa) que vai permitir ter autonomia a controlar o peso e fazer uma vida mais saudável.

Complementarmente, e de forma generalista para todos os colaboradores, estão disponíveis no *site* interno outras rúbricas. Na Coluna Contrapeso, especialistas escrevem sobre vários temas relacionados com nutrição e hábitos alimentares; na Dica Contrapeso do mês, um especialista em Nutrição dá sugestões alimentares concretas; e ainda, no Consultório, há respostas a perguntas mais frequentes.

GENTE COM IDEIAS A PEDALAR

Em maio de 2013 teve lugar a iniciativa ‘Gente com Ideias a Pedalar’, na qual os colaboradores do Grupo percorreram a cidade de Lisboa em duas rodas. O valor da inscrição nesta iniciativa reverteu a favor do Centro Social e Paroquial de Santa Catarina.

ESPAÇOS SOCIAIS COM DICAS SOBRE ALIMENTAÇÃO

Os espaços sociais de três dos edifícios do Grupo, foram renovados em 2011, passaram a contar com os individuais de refeição ‘Natural’ com notícias e dicas que complementam estes novos espaços e prometem tornar mais ricas e diversificadas as refeições dos colaboradores. Com estes individuais pretende-se que os colaboradores aprendam a contar calorias e conheçam melhor alguns dos alimentos, enquanto tomam as suas refeições.

Nestes espaços, o Grupo passou a disponibilizar ainda sopa e fruta gratuitamente aos colaboradores.

WORKSHOPS SOBRE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

O Gente com Ideias organizou, em 2012, o *workshop* ‘Alimentação e Idade Real’, onde o, especialista em Nutrição responsável pelo Programa Contrapeso, descreveu, de forma prática, quais as escolhas alimentares e estilos de vida que aumentam ou diminuem a longevidade, bem como quantos anos pode um indivíduo ‘recuperar’ se optar por escolhas mais acertadas.

Este especialista foi ainda responsável pelo *workshop* ‘Venenos presentes nos alimentos do dia-a-dia’, em 2013, com uma componente essencialmente prática e que procurou alertar para os perigos escondidos em alguns alimentos. O especialista explicou ainda como evitar, facilmente, a exposição desnecessária a produtos e ingredientes alimentares que poderão provocar reações prejudiciais à saúde.



WORKSHOP FINANÇAS PESSOAIS

O Gente com Ideias, em parceria com a Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO) organizou um *workshop* prático sobre Finanças Pessoais que procurou disponibilizar aos colaboradores ferramentas para gerir melhor o seu orçamento familiar. Neste *workshop* a DECO forneceu informação útil sobre como gerir de forma criteriosa o orçamento das famílias estabelecendo prioridades de consumo e identificando fontes de desperdício e as formas de otimizar os recursos financeiros disponíveis para aumentar a poupança.

A DECO trouxe ainda conceitos básicos para a escolha de produtos e serviços adequados ao perfil do consumidor, demonstrando a importância do recurso ao crédito de forma responsável, bem como da avaliação das estratégias e regras de investimento.

SOLIDARIEDADE

Dar o nosso melhor aos que precisam de nós

BOLSA DE VOLUNTARIADO

Desde 2009 que a Fidelidade Grupo Segurador pretende fomentar a prática de voluntariado junto dos seus colaboradores. No contexto laboral e através da Bolsa de Voluntariado Gente com Ideias, os colaboradores poderão despender de oito horas semestrais em ações de voluntariado empresarial definidas no âmbito da Bolsa de Voluntários. Atualmente, esta bolsa conta já com mais de uma centena de voluntários.

PROJETO + 1 AVÓ

O projeto +1 AVÓ foi lançado em 2012, ano Europeu do Envelhecimento Ativo e da Solidariedade entre Gerações, e consiste no apoio às Avós de Portugal, através da dedicação de algum tempo para quem tem todo o tempo do Mundo. Esta iniciativa, consistiu na adoção de idosas do Centro Social e Paroquial de Santa Catarina (Lisboa) por “netos” colaboradores da Companhia.



ADOÇÃO DA DRA. VALENTINA VALENTONA

Foi assinado um protocolo com a Operação Nariz Vermelho, que previu a adoção da doutora palhaço Valentina Valentona.

As “consultas” da doutora palhaço Valentina Valentona resultam da iniciativa “meta o nariz por esta causa” do programa Gente com Ideias. Neste âmbito, no Dia Mundial da Criança, os colaboradores das seguradoras da Fidelidade Grupo Segurador foram desafiados a financiar esta iniciativa através da compra de narizes vermelhos, sendo que a verba angariada permitiu assegurar as visitas desta personagem ao longo de um ano nos hospitais portugueses, públicos ou privados, através de consultas de alegria e energia às crianças hospitalizadas.

META O NARIZ POR ESTA CAUSA

93 visitas realizadas

7.920 crianças que receberam a visita da Dra. Valentina Valentona nos hospitais de Santa Maria e de Santa Marta

RECOLHAS SOLIDÁRIAS

Entre 2012 e 2013, foram várias as recolhas solidárias realizadas, destacando-se:

• ROUPA

Em setembro de 2012 foi promovida internamente uma recolha de roupa solidária para crianças com idades entre os 7 e os 15 anos. A roupa recolhida destinou-se a crianças e adolescentes carenciados da Fundação Edite Matos Costa “Mão Amiga”, sediada em Sever do Vouga, Águeda.

Foi também dinamizada uma recolha de roupa de criança e senhora destinada aos utentes do Lar Jorbalán, em maio de 2013.

• MATERIAL ESCOLAR

Em agosto de 2012, a pensar nas crianças da Aldeia SOS - Bicesse e na preparação do regresso às aulas, foi lançada uma recolha de material escolar para o novo ano letivo. Já em setembro de 2013, juntamente com a EntrAjuda, a Fidelidade ajudou a separar e embalar 1.500 kits de material escolar a serem entregues a 66 instituições que cuidam de crianças carenciadas.

• PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL

Foi levada a cabo uma recolha de produtos de higiene pessoal, em Lisboa e no Porto, em maio de 2012, para serem entregues em duas instituições locais. Em Lisboa, esta recolha destinou-se à Associação de Assistência Social Evangélica (ASE). No Porto, a recolha destinou-se a ajudar o lar de idosos Irmãzinhas dos Pobres do Porto.

• EQUIPAMENTOS ELÉTRICOS E ELETRÓNICOS

Os colaboradores foram convidados a dar uma vida nova aos equipamentos elétricos e eletrónicos que já não usam. Todos os equipamentos recolhidos foram encaminhados para a EntrAjuda, que os recuperou e reencaminhou para reutilização no setor social.



COMUNICAÇÃO INTERNA

Ter uma ferramenta que agregue as iniciativas do Programa Gente com Ideias

A comunicação tem sido o elemento central e transversal desde o início do programa. O site interno exclusivo, espelho do programa e reestruturado em 2013, tem permitido ao longo destes sete anos colocar na ordem do dia, através de inúmeras iniciativas, os temas considerados estratégicos: a solidariedade interna, a poupança, a família, a valorização pessoal, a aproximação entre os colaboradores, a literacia de seguros, a solidariedade e envolvimento com a comunidade, e ainda o empreendedorismo social.

Atualmente, o site é uma ferramenta de comunicação muito forte no Grupo, utilizada na perspetiva do Desenvolvimento Sustentável e da Comunicação Interna.

Enquanto ferramenta de comunicação interna, o site assume a dupla função de integrar os colaboradores na temática da sustentabilidade e, simultaneamente, promover o envolvimento dos mesmos nas iniciativas desenvolvidas pelo Grupo.

O site interno Gente com Ideias tem trabalhado e ajustado a informação, de forma a passar mensagens-chave. Sem perder de vista os temas e eixos estratégicos que enquadram as questões da sustentabilidade e responsabilidade social, o foco do site é sempre o colaborador e o respetivo bem-estar e envolvimento.

Na forma de comunicar, o site pretende fazer jus ao nome do Programa. É um site irreverente e inovador no modo de abordar as temáticas, quer na forma quer nos conteúdos, sempre pela via prática, original, criativa, construtiva, interativa, desafiante e bem-humorada. Sabemos que é preciso passar de conhecer para sentir a questão da sustentabilidade para impelir à ação e por isso tentamos tornar a questão mais próxima, simples, fácil, útil, positiva, prática e, por vezes, mesmo lúdica e divertida.

Sofia Botelho, Gabinete de Comunicação e Imagem da Fidelidade, Responsável pelo site interno do Programa Gente com Ideias

EM DESTAQUE NAS EMPRESAS

FIDELIDADE

CULTURA E LAZER COM O GRUPO DESPORTIVO E CULTURAL

Com o objetivo de oferecer aos colaboradores propostas para os seus tempos livres, o Grupo Cultural e Desportivo desenvolve uma grande variedade de atividades culturais, desportivas e recreativas.

Durante todo o ano têm lugar eventos que vão desde o desporto a iniciativas de lazer, dos quais se destacam, para além das iniciativas desportivas, os passeios culturais, viagens, passeios a pé, eventos alusivos a comemorações de datas durante todo o ano, *rally-papers*, acesso a peças de teatro, concertos e exposições a valores reduzidos.

Desde 2012, o contributo individual de cada Colaborador e a doação anual por parte da Fidelidade Grupo Segurador financiam o Grupo Desportivo e Cultural, assegurando também a promoção do bem-estar dos filhos dos Colaboradores, designadamente através da oferta de prendas e bilhetes para o circo no Natal e organização de colónias de férias nos meses de verão. Este Grupo estabeleceu ainda diversos protocolos com empresas dos mais diversos setores.

MULTICARE

MULTICARE ATIVA NA PREVENÇÃO JUNTO DOS COLABORADORES

A Multicare tem tido uma política muito ativa de prevenção junto dos colaboradores. Entre 2012 e 2013, destacam-se as seguintes iniciativas:

- Aulas de ginástica ao ar livre com a Associação Protetora dos Diabéticos de Portugal (APDP).
- Oferta de fruta e produtos alimentares biológicos no Dia da Alimentação.
- Disponibilização de bicicletas a 205 utilizadores, no âmbito da Semana Europeia da Mobilidade, em parceria com a autarquia de Lisboa.
- Compra de bicicletas e sua disponibilização aos colaboradores das empresas da Fidelidade Grupo Segurador, com utilização extensível a familiares e amigos.

Em 2013, foi aprovado o financiamento a 100% das tiras de glicémia para todos os colaboradores e agregados incluídos no seguro de saúde Multicare.



COLABORADORES MULTICARE UNIDOS POR CAUSAS

A Multicare, realizou em 2013 para os seus colaboradores, um teambuilding solidário com o Banco Alimentar contra a Fome.

A Multicare associa-se a outras iniciativas de cariz social, como é o caso do passeio de bicicleta Make a Wish, em que foram disponibilizadas as bicicletas a 20 colaboradores e suas famílias, correspondendo a um donativo para a Fundação Make a Wish.

ALMOÇO SOLIDÁRIO

Em 2013, dando continuidade às ações de motivação interna, e enquadradas na época natalícia, a Multicare ofereceu um almoço de Natal a 120 residentes carenciados na área da Junta de Freguesia de Santo António e que contou com a participação de cerca de 30 colaboradores que ajudaram nas tarefas necessárias para a realização do evento.

VIA DIRECTA

NATAL OK! KIDS

O Natal OK! Kids tem trazido à Via Directa muitas crianças, tendo-se já tornado uma tradição na época natalícia. Os mais pequenos estão em contacto com o dia-a-dia do trabalho dos pais, com várias atividades que são preparadas especialmente para o efeito. Neste dia não é esquecida a vertente de solidariedade, sendo recolhidos brinquedos para distribuir por crianças de famílias carenciadas.

COLABORADORES PARTICIPAM EM ESTUDO SOBRE PREVENÇÃO RODOVIÁRIA

A Via Directa colaborou no Estudo "Aliança para a Prevenção Rodoviária" promovido pela Galp Energia. Este estudo analisou o comportamento dos portugueses face à sinistralidade rodoviária. No âmbito desta iniciativa, os colaboradores foram convidados a colaborar em *focus groups* cuja reflexão permitirá criar condições para a investigação, sensibilização e melhoria dos comportamentos da população portuguesa no trânsito e, por conseguinte, ajudar a contribuir para a redução da sinistralidade rodoviária em Portugal.

ENVOLVIMENTO DOS CLIENTES EM CAUSAS SOCIAIS

Em parceria com a BeSmart, a OK! promoveu uma ação de sensibilização junto dos seus clientes no Dia da Criança, com vista à angariação de alimentos e consumíveis para diferentes instituições de solidariedade social que atuam junto deste segmento.



CARES

WE CARE A LOT

A CARES lançou, em 2013, na sua intranet o espaço "We Care a Lot". Neste espaço têm sido divulgadas as iniciativas da Fidelidade Grupo Segurador e promovida a colaboração geral em iniciativas autónomas, quer nas áreas de interação social, saúde e bem-estar, quer em outras ações de interesse geral.



PARTILHA

ENVOLVIMENTO

A nossa verdadeira missão é estar ao lado de quem precisa, quando realmente é necessário. Queremos também contribuir para a dinamização da empregabilidade em Portugal, fomentando a criação de valor para a sociedade portuguesa. É por isto e muito mais que assumimos um compromisso com as pessoas, as famílias e a sociedade.



**MAIS PRÓXIMO
DA SOCIEDADE**



**RESULTADOS
EM 2013
COMUNIDADE**

542.682

euros investidos na comunidade

330 intervenções no âmbito
do **Compromisso
We Care**

6.000 toneladas de alimentos
e 1300 cabazes de natal
distribuídos por famílias
carentiadas

20 Bancos Alimentares
existentes em todo
o País seguros pela **Fidelidade**

LITERACIA

Contribuir para o aumento dos níveis de literacia da sociedade nos temas onde atuamos é fundamental. Por esta razão, criámos várias iniciativas para promover este conhecimento, recorrendo, em alguns casos, a especialistas que nos apoiam na construção e partilha deste *know-how*.

Se na literacia financeira temos já um vasto leque de exemplos, como é o caso das iniciativas na área da poupança reforma, há outros temas onde temos desenvolvido esforços no último biénio, como é o caso da Saúde e da Segurança no Trabalho.

POUPANÇA

Promover o equilíbrio entre as necessidades do presente e a sustentabilidade financeira futura

CONFERÊNCIA INOVAR A REFORMA

A evolução económica recente, marcada pela longevidade crescente da população, pelo redimensionamento das funções sociais do Estado e pela alteração das macrotendências sociais, veio acentuar a percepção, resultante da experiência do Grupo, de que a temática da Reforma não poderá continuar a ser resolvida exclusivamente com recurso às variáveis económico-financeiras tradicionais.

Consciente desta problemática, a Fidelidade Grupo Segurador, enquanto líder no segmento dos produtos de poupança, tem promovido, nos últimos anos, em associação com instituições especializadas, uma investigação alargada acerca dos contornos e motivações subjacentes à necessidade de sustentabilidade individual no longo prazo.

Em novembro de 2012 realizou-se, a conferência 'Inovar a Reforma', com o objetivo de lançar um debate profundo e transparente sobre a questão da Reforma.

Nesta conferência foi apresentado o estudo "Inovar a Reforma" e divulgado o grupo vencedor do "Innovation in Retirement Award", um prémio dirigido a alunos e docentes do ensino superior durante o ano letivo de 2011/2012. Este desafio foi um verdadeiro incentivo ao desenvolvimento de trabalhos sobre o tema da reforma, promovendo a criatividade e o otimismo económico.

LANÇAMENTO DO LIVRO DA COLEÇÃO BIBLIOTECA SEGUROS INOVAR A REFORMA (4.ª EDIÇÃO)

A 4.ª edição da Biblioteca Seguros surgiu na sequência de uma conferência onde se debateu a motivação e disponibilidade para poupar para a reforma. Neste livro estão compiladas as principais mensagens transmitidas durante o evento sobre o contexto económico e a disponibilidade dos portugueses para poupar para a sua reforma.

Uma vez que a sustentabilidade da reforma dos portugueses não pode ficar exclusivamente dependente do Estado Social, há que pensar a melhor forma de conjugar as necessidades presentes dos portugueses com as suas necessidades futuras. Por isso, a Fidelidade Grupo Segurador tem assumido a dinamização junto do meio académico na promoção da investigação sobre esta temática, desenhando, em simultâneo, produtos capazes de complementar a longo prazo a pensão de reforma de muitos cidadãos.

RISCOS E ÉTICA NOS SEGUROS

Contribuir para o aumento da literacia em seguros junto de vários públicos

LITERACIA FINANCEIRA JUNTO DOS GESTORES DE CLIENTE

Em 2012, os mediadores viram incluído no seu plano de formação um módulo sobre literacia e ética profissional nos seguros.

Com este módulo pretendeu-se dotar os mediadores de conhecimentos fundamentados, tendo em vista o reforço do seu argumentário comercial junto dos clientes, assim como fornecer um conjunto de ferramentas comportamentais para identificar com maior facilidade as necessidades do cliente e, conseqüentemente, adequar a sua oferta de produtos e serviços. Também em 2012 os Gerentes das Agências de Clientes obtiveram formação sobre Literacia.

Em 2013, procedeu-se à disponibilização do manual específico sobre literacia, na intranet.



Para 2014, estão projetadas cerca de 40 ações destinadas a Mediadores e funcionários de Mediadores, sobre Produtos de Poupança & Literacia Financeira.

PROMOVEMOS A LITERACIA EM SEGUROS JUNTO DOS NOSSOS MEDIADORES

3 ações e 177 horas de formação ministrada em 2012

SAÚDE

Promover o debate de ideias e a partilha de conhecimentos nos grandes temas da saúde

CONFERÊNCIAS "VISÕES SOBRE A SAÚDE – DA TEORIA À PRÁTICA"

A Multicare lançou, em 2012, um ciclo de conferências 'Visões sobre a Saúde', no âmbito do papel que pretende assumir em matéria de literacia na saúde. Nestas conferências pretende-se abordar diversos aspetos com impacto na sociedade portuguesa, com oradores especialistas, e impactar médicos e gestores de unidades de saúde, grandes clientes, corretores e outros parceiros institucionais.

A 1.ª Conferência teve lugar em novembro de 2012, intitulada "Saúde no Século XXI – Desafios e Oportunidades", e contou com Manuel Sobrinho Simões como orador convidado. A 2.ª Conferência ocorreu em maio de 2013 e foi dedicada à diabetes, doença que constitui a quarta maior causa mundial de morte por doença.

LANÇAMENTO DO LIVRO DA COLEÇÃO BIBLIOTECA SEGUROS PENSAR SAÚDE HOJE (3.ª EDIÇÃO)

Este livro constitui mais uma iniciativa da Multicare, que procura contribuir para a literacia de saúde em Portugal. Conta com a colaboração dos membros do Conselho Médico da Multicare, com um vasto conhecimento em diferentes áreas da medicina, e é dirigida à comunidade médica, complementando o saber e a experiência acumulados pelos profissionais de saúde.

MAIS SOBRE SAÚDE PARA OS MEDIADORES

A Multicare abriu as suas portas e esclareceu as dúvidas daqueles que fazem da empresa a operadora líder no mercado de seguros de saúde. Esta iniciativa enquadra-se num ciclo de sessões destinadas a melhorar o conhecimento mútuo de mediadores e da empresa, procurando proporcionar-lhes condições para venderem mais e melhor.

Nestas sessões abordaram-se temáticas como o enquadramento histórico do Serviço Nacional de Saúde e o impacto do memorando de entendimento com a Troika na saúde em Portugal, o mercado de seguros de saúde, entre outras.

SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

Otimizar processos e comportamentos na área da saúde e segurança no trabalho

1.º ESTUDO EM PORTUGAL SOBRE SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

Devido à inexistência de informação sobre Segurança e Saúde do Trabalho (SST) no mercado, a Safemode decidiu realizar um estudo sobre a Organização de Segurança e Saúde no Trabalho em Portugal.

Apresentado em dezembro de 2013, este estudo englobou 161 empresas de média e grande dimensão, do segundo e terceiro setores de atividade. Foram analisados os seguintes vetores do mercado: como está organizado e qual a sua dimensão; quais as características valorizadas pelo decisor de SST, como escolhe e como avalia os prestadores de serviços nesta área; quando se contratam os serviços de SST e por quanto tempo.

Sendo a Safemode uma empresa que pretende, através de uma intervenção contínua ao nível da Segurança, enquanto valor empresarial e cultural, ser um parceiro na otimização de processos e comportamentos para melhores resultados, este estudo resultou da constatação da lacuna existente ao nível da avaliação da performance das organizações em termos relativos e absolutos.



- O mercado português de SST das grandes e médias empresas apresenta uma organização assente maioritariamente na contratação de serviços a entidades externas (55%).
- O mercado vale cerca de 156 Milhões de euros por ano, sendo o segmento de médias empresas responsável por cerca de 28% das contratações destes serviços.
- O grau de satisfação global das empresas com a prestação dos serviços de SST situa-se nos 3,7 valores, numa escala de 1 a 5.

SAFEMODE SAFETY BENCHMARK

Com o intuito de identificar o posicionamento e o desempenho das empresas ao nível da SST, a Safemode desenvolveu o Safemode Safety Benchmark, um outro estudo que abrangeu um universo de 101 empresas e que permitiu criar um referencial aplicável a qualquer empresa que pretenda avaliar o grau de implementação dos seus programas de segurança.

Globalmente, concluiu-se que as empresas portuguesas apresentam resultados pouco positivos, em matéria de SST. São notórios, de forma transversal a todos os setores de atividade e regiões analisadas, défices em termos formativos/informativos e em termos de auditorias.

Conclui-se haver um longo caminho a percorrer, nomeadamente para a criação e implementação de uma visão e cultura de segurança, dos mecanismos de auditorias aos sistemas de segurança e saúde no trabalho, da implementação de mecanismos de controlo e inspeção, e ainda, de processos de formação e informação internos às empresas.

Os resultados deste estudo são usados no Programa Safelife, destinado a deixar nas empresas uma Cultura e Capacidades de Gestão e de Segurança através de uma abordagem holística e sistémica, conducente à eliminação de acidentes e à melhoria da performance e rentabilidade.

Pela positiva destacam-se os parâmetros relativos à organização e medidas em vigor, com scores superiores a 70%, embora não atinjam o posicionamento definido como satisfatório (75%).

CONFERÊNCIAS SOBRE SEGURANÇA SAFEMATTERS

A iniciativa trimestral dinamizada pela Safemode desde 2013 à mesa do pequeno-almoço tem reunido vários responsáveis pelas áreas de segurança de diferentes empresas. Os convidados partilham experiências nesta área, lançando questões para debate, promovendo reflexões sobre diversos temas da Segurança, aprendendo e ensinando, e, sobretudo, ganhando uma sensibilidade reforçada para a importância desta temática no seio das suas organizações.

EMPREENDEDORISMO

Contribuir para a dinamização da empregabilidade em Portugal é um dos nossos eixos de trabalho e criação de valor para a sociedade portuguesa. Queremos posicionar-nos como parceiros e impulsionadores do empreendedorismo em Portugal, quer do ponto de vista de quem quer trabalhar por conta de outrem, quer da perspectiva de quem quer trabalhar por conta própria.

Desta forma, estão em curso diversos projetos relacionados com entidades que incentivam a criação e/ou desenvolvimento de empresas e que apoiam o empreendedorismo no nosso país. Acreditamos nos empreendedores Portugueses e queremos estar ao lado dos que ousam experimentar e investir nos seus projetos.

PROMOÇÃO DE PROJETOS PROMISSORES

Dar um novo fôlego à economia e contribuir para melhorar a dinâmica empresarial

PATROCÍNIO DA BETA I NO EVENTO EXPLORERS FESTIVAL

A Fidelidade patrocinou a BETA I no evento Explorers Festival em 2013, um dos maiores eventos de empreendedorismo da Europa, que recebeu em Lisboa mais de 600 empreendedores, investidores internacionais e personalidades de renome internacional.

Apostando na inovação e na criatividade das novas gerações, o Explorers Festival coloca em contacto, no mesmo espaço, aqueles que procuram o local certo para desenvolver as suas ideias de negócio e que procuram as pessoas certas para cimentar relações profissionais duradouras e profícuas. Desta forma, a empresa promove o destaque de uma nova geração de ideias e networking, para alavancar o empreendedorismo e inovação a nível nacional.

PITCH BOOTCAMP FIDELIDADE

Cinco cidades portuguesas acolheram em 2013 o Pitch Bootcamp Fidelidade, um acelerador de mercado de trabalho que aproxima pessoas com vontade de trabalhar (algumas ainda a estudar, outras desempregadas), de empresas disponíveis para captar novos talentos. Trata-se, assim, de um fórum que estimula a dinamização de uma rede da qual resultam novos postos de trabalho, estágios e colaborações entre jovens e empresas.

Acorreram a esta iniciativa cerca de 3.150 jovens, tendo o Pitch Bootcamp Fidelidade ajudado até à data a criar mais de 400 postos de trabalho, cerca de 140 dos quais em 2013.

Desta rede impulsionadora de empreendedorismo fazem parte 550 empresas, disponíveis para analisar as propostas de valor que os jovens participantes têm para lhes apresentar.

EVENTO DEMO DAY 2013, COM A START UP LISBOA

A Fidelidade apoia a Start-up Lisboa, uma incubadora de projetos tecnológicos que tem como missão promover o empreendedorismo e o desenvolvimento de ideias de negócio inovadoras. Para esse fim, realiza anualmente uma ação de motivação sustentada pela partilha de iniciativas e experiências entre os incubados e os profissionais de sucesso nas diferentes áreas de negócio.

Em 2013 a ação DEMO DAY 2013 contou com o apoio da Fidelidade. Estiveram presentes mais de 200 pessoas, na sua maioria jovens empreendedores, com motivação, entusiasmo, ambição, que partilhavam a vontade de apresentar publicamente os seus projetos aos investidores presentes.

ENVOLVIMENTO COM A COMUNIDADE

Temos bem definidas aquelas que são as nossas áreas prioritárias de acordo com o nosso *core business*: acompanhamento e reintegração de pessoas que sofrem acidentes graves; prevenção rodoviária; pobreza e exclusão social; e saúde e estilos de vida saudáveis.

ALIAR A RESPONSABILIDADE SOCIAL AO NEGÓCIO

Criar novos projetos de vida

COMPROMISSO WE CARE+: PORQUE A VIDA DAS PESSOAS VALE MAIS

Consciente das necessidades de ir mais além no apoio prestado a vítimas de sinistros graves, a Fidelidade desenvolveu o Compromisso We Care+. Apoiar na reintegração social, profissional e familiar dos sinistrados é o objetivo deste compromisso que marca a diferença pela proximidade com as pessoas, ao criar novos projetos de vida.

Ser vítima de um sinistro que provoca danos corporais graves, muitos deles irreversíveis, gera um conjunto de preocupações acrescidas que se prendem não só com o presente, mas principalmente com a sustentabilidade futura. Deste modo, pagar uma indemnização, por mais elevada que esta seja, é, de facto, pouco, tendo em conta o conjunto de novas necessidades que o sinistrado passará a ter daí para a frente.

O Compromisso We Care+ nasce da confirmação da importância da componente social na regularização dos sinistros através da reintegração social, profissional e familiar dos nossos sinistrados.

WE CARE+ EM NÚMEROS

458 intervenções em 2012

330 intervenções em 2013

Além do pagamento das indemnizações obrigatórias por lei, a Fidelidade distingue-se, no mercado, acompanhando as pessoas em todas as fases da sua reintegração, desde o tratamento médico até à adaptação da casa, passando pela articulação com as assistentes sociais, até à alteração das condições do posto de trabalho, para que as pessoas possam regressar efetivamente à vida ativa.

Este compromisso tem, pois, como objetivo, apoiar projetos de vida e responder a situações de emergência social, analisando as necessidades do agregado familiar de modo a melhorar as condições de vida do sinistrado e seus dependentes. A preocupação com a sustentabilidade financeira do sinistrado é permanente e, além da reabilitação e reintegração profissional (quando possível), é também estudada a possibilidade de combinar a indemnização com a aquisição de produtos financeiros que salvaguardem a estabilidade financeira futura.

Incorporando os conhecimentos adquiridos ao longo dos anos na gestão dos sinistrados graves em contexto de Acidente de Trabalho, o Compromisso We Care+ chegou em 2013 também aos sinistrados graves do ramo Automóvel.

RESPONSABILIDADE SOCIAL EXTERNA

De olhos postos lá fora

FIDELIDADE SEGURADORA DO BANCO ALIMENTAR CONTRA A FOME

A Fidelidade assinou um protocolo com a Federação Portuguesa dos Bancos Alimentares Contra a Fome, assumindo integralmente os seguros de Acidentes Pessoais, Acidentes de Trabalho, Automóvel, Máquinas Casco, Multirriscos Empresas e Responsabilidade Civil, da Federação e dos 20 Bancos Alimentares existentes em todo o País.

Sob o lema "O Banco Alimentar tem Fidelidade", o protocolo reforça a relação entre as duas instituições, parceiras desde o início do Banco Alimentar.

O BANCO ALIMENTAR TEM FIDELIDADE

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

DOAÇÃO DE BENS SALVADOS

Entre novembro de 2012 e fevereiro de 2013 foram doados bens salvados resultantes de sinistros de multirriscos para várias instituições.

Em novembro de 2012 foram doados à Entrajuda eletrodomésticos, atalhados e têxteis resultantes de um sinistro de multirriscos. Em janeiro de 2013, e na sequência de uma inundação ocorrida num armazém de calçado, foram doadas caixas de sapatos. Todo o calçado foi encaminhado para a Casa de Cedofeita, no Porto, uma casa de acolhimento de crianças e jovens na faixa etária entre os 12 e os 18 anos em situações de risco.

Em fevereiro de 2013, decorrente de outro sinistro, foram doados faqueiros e atalhados, desta vez para a Lousã, para a Instituição Particular de Solidariedade Social Igreja Vida Abundante, cuja entrega contou com o apoio do Centro de Mediadores da Lousã.

PÉ DE MEIA

Em 2012 e 2013, através da iniciativa Pé de Meia, os colaboradores foram convidados a contribuir para uma recolha de donativos que permitisse a aquisição de uma viatura de apoio para o Centro Social de Santa Catarina. Com esta recolha foram angariados 11.751 euros.

ÁRVORES DE NATAL SOLIDÁRIAS

Em 2012, Ano Internacional do Envelhecimento Ativo, as árvores de Natal da Fidelidade Grupo Segurador foram decoradas com meias e pantufas de adulto. Cerca de três mil peças enfeitaram as Árvores de Natal em todos os edifícios e agências das empresas que endossam o Programa Gente com Ideias. Estas peças, foram entregues à Entrajuda que as encaminhou para o destinatário final.

Já em 2013, as Árvores Solidárias simbolizaram a ação 'Prefiro que sejas tu a jantar'. Pela quarta vez consecutiva os colaboradores das empresas do Grupo abdicaram do Jantar de Natal oferecido pela empresa e transformaram-no em cabazes de Natal para as famílias mais carenciadas que foram distribuídos através de dezenas de Instituições de Solidariedade espalhadas pelo país.

Ao todo, foram colocadas 150 árvores nos edifícios centrais, Agências de Clientes e Centros de Mediadores das empresas da Fidelidade Grupo Segurador. No total, cerca de 1.300 cabazes de natal que se traduziram em 6 toneladas de alimentos típicos de uma ceia de natal, distribuídos por colaboradores que pertencem à Bolsa de Voluntariado.

Estas 150 árvores de Natal feitas com caixas de cartão, uma vez desmontadas, foram entregues ao Projeto "Papel por Alimentos", membro da Federação Europeia de Bancos Alimentares.

AÇÃO NATAL 2013

1.300 cabazes de natal distribuídos por famílias carenciadas

Mais de 6.000 toneladas de alimentos oferecidas

NATAL COM OS PENSIONISTAS DAS SEGURADORAS

À semelhança dos anos anteriores, também em 2012 e 2013 o Natal com os Pensionistas da Fidelidade foi preparado, de modo a proporcionar um momento especial a estas pessoas. Em 2013, foram feitas entregas de presentes personalizados por colaboradores voluntários a 34 pensionistas institucionalizados espalhados pelo país. A Multicare e o seu parceiro institucional Best Doctors também apoiaram esta causa em 2013.

DECLARAÇÃO DE VERIFICAÇÃO



Ao Conselho de Administração da
Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A.

Verificação independente do Relatório de Sustentabilidade 2012/2013

Introdução

Fomos solicitados pela Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A. (Caixa Seguros e Saúde), para procedermos à verificação independente do "Relatório de Sustentabilidade 2012/2013" (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 e Saúde 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 e Saúde, com exceção dos seguintes indicadores GRI: HR2, HR4, SO2, SO4, SO5, PR1, PR6, FS3, FS7, FS8, FS10, FS13, FS15 e indicadores específicos TA e EP. A verificação refere-se aos anos 2012 e 2013 das empresas subscritoras do Programa de Responsabilidade Social Gente com Ideias: Fidelidade, Multicare, OK!Telesseguros, Safemode, CARES e GEP, constantes do Relatório e documento complementar "Relatório de Desempenho".

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 GRI3.1 está disponível no "Relatório e Contas 2013 – Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A." e "Relatório e Contas 2012 – Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A.", documentos que deverão ser consultados 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 consubstanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;
- (vi) Comparação dos dados financeiros e económicos com os constantes do "Relatório e Contas 2012 – Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A." e "Relatório e Contas 2013 – Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A.", auditados pelo auditor financeiro externo;
- (vii) Confirmar a existência de dados e informações requeridos para atingir o nível B, auto declarado pela Caixa Seguros e Saúde, pela aplicação dos níveis do GRI3.1.

Independência

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

Conclusões

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

Tendo por base a nossa verificação do Relatório e das Diretrizes 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, 27 de fevereiro de 2015

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

António Joaquim Brochado Correia, ROC

Caixa Seguros e Saúde, SGPS, S.A.

PwC

FICHA TÉCNICA

Título | Relatório de Sustentabilidade da Fidelidade Grupo Segurador 2012-2013

Propriedade | Fidelidade Grupo Segurador

Direção | Gabinete de Comunicação e Imagem

Consultores | Sair da Casca – Consultoria em Desenvolvimento Sustentável

Direção de Arte e Produção | Liquid Design

Data de Edição | dezembro de 2014

Site | Gente com Ideias - Programa de Responsabilidade Social - FIDELIDADE Grupo Segurador

www.gentecomideias.com.pt

