



GENERALI SEGUROS, S.A.  
RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2021

# PARCEIRO PARA A VIDA

TRAN  
QUILI  
DADE

AÇOREANA LOGO

grupo  GENERALI

# ÍNDICE

## 3 MENSAGEM DO CEO

### 6 SOBRE NÓS

7 / A Nossa Empresa

9 / Grandes Números

11 / O Nosso Grupo

14 / O Nosso Propósito

15 / A Nossa Estratégia

16 / Destaques

## 23 PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

24 / Tendências de um Mundo em Mudança

25 / A Nossa Visão de Sustentabilidade

27 / Matriz de Materialidade

29 / Envolvimento dos Stakeholders

## 30 NEGÓCIO RESPONSÁVEL

31 / Sistema de Governação

32 / Controlo Interno e Canais de Reporte

34 / Conduta Responsável

36 / Sustentabilidade Financeira

37 / Política de Supervisão e Governação de Produtos

38 / Combate à Corrupção e ao Crime Financeiro

39 / Proteção de Dados

40 / Gestão de Riscos

42 / Investimentos Sustentáveis

47 / Relação com os Fornecedores

49 / Resposta aos Desafios Ambientais

## 52 PARCEIRO PARA A VIDA

53 / Dos Nossos Colaboradores

67 / Dos Nossos Clientes

79 / Dos Nossos Agentes

## 80 VIVER A COMUNIDADE

## 86 INOVAÇÃO E FUTURO

## 92 ABORDAGEM AO RELATÓRIO

## 94 TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS

## 96 INDICADORES



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶



SOBRE NÓS

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL

PARCEIRO  
PARA A VIDA

VIVER A  
COMUNIDADE

INOVAÇÃO  
E FUTURO

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS

INDICADORES

# MENSAGEM DO CEO



## MENSAGEM DO CEO

# QUEREMOS SER UM PARCEIRO PARA A VIDA

Em 2021 continuámos a ser desafiados pela pandemia e por um mundo em mudança, que nos exige constantes adaptações e readaptações da forma de viver e de trabalhar. A expectativa de regressar a um mundo sem pandemia já não é a questão central; o foco é agora adaptarmo-nos à pandemia. Neste contexto, consolidámos ainda mais a nossa estratégia e compromisso de ser um Parceiro para a Vida dos nossos colaboradores, clientes, comunidades e demais stakeholders.

Os três fatores-chave que nos permitiram concretizar o nosso compromisso são (1) a resiliência da nossa performance operacional e financeira; (2) o reforço da digitalização do nosso modelo de negócio, com a adaptação às novas formas de trabalho, uma crescente automação de processos e a transformação digital da rede comercial; e (3) a nossa visão de longo prazo, que nos permitiu capitalizar as oportunidades emergentes.

Também em 2021, concluímos o processo de integração operacional. A integração da Tranquilidade no Grupo Generali, um dos maiores a nível internacional, é diferenciadora e representa uma oportunidade. Por um lado, pela força e longevidade da marca Tranquilidade em Portugal e, por outro, pela robustez financeira, a capacidade de investimento e a forte capacidade tecnológica do Grupo. Neste ano, a Generali voltou a ser distinguida no índice Dow Jones de Sustentabilidade Mundial e no índice de Sustentabilidade da Europa, reforçando a posição de liderança a nível global e setorial.



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

O Grupo Generali integra o fator sustentabilidade em todas as decisões estratégicas, com o objetivo de criar valor para as partes envolvidas e construir uma sociedade mais justa e resiliente. A estratégia de proteção climática do Grupo prevê aplicar 8,5 a 9,5 mil milhões de euros em novos investimentos verdes e sustentáveis entre 2021 e 2025, bem como apostar na descarbonização gradual da carteira de investimentos diretos, para atingir a neutralidade carbónica até 2050. Nos últimos três anos, os novos investimentos verdes do Grupo Generali e focados na sustentabilidade totalizam 6 mil milhões de euros, antecipando a meta estratégica em um ano.

Em 2021, alcançámos, em Portugal, um milhão de clientes “verdes”, que aderiram à comunicação e documentação digital, o que permitiu evitar mais de 17 milhões de páginas impressas desde 2018, cerca de 7 toneladas de papel, com impacto positivo no ambiente. E este esforço acontece também dentro da Tranquilidade: trabalhamos continuamente para reduzir os impactos ambientais gerados pelo nosso negócio, e conseguimos reduzir o consumo de eletricidade (-12,5% face a 2020), além de termos passado para 90% a compra de energia renovável (+180% face a 2020).

Continuámos a investir na eficiência e maior sustentabilidade dos nossos escritórios; reduzimos as viagens de trabalho, fizemos mais reuniões e formação on-line; reduzimos o material descartável e promovemos o consumo racional de recursos.

Desenvolvemos também iniciativas no terreno, de apoio à comunidade, na vertente humanitária e com ações de limpeza e recolha de lixo em espaços naturais.

Queremos apoiar ativamente a transição para uma economia e uma sociedade mais sustentáveis, limitar o aquecimento global, reduzir o consumo de recursos naturais e promover a economia circular, além de proteger e restaurar a biodiversidade.

**Queremos ser Parceiro para a Vida das nossas pessoas, dos nossos clientes e das nossas comunidades, para, em conjunto, construirmos um mundo sustentável.**

**Pedro Carvalho**

## MENSAGEM DO CEO

# QUEREMOS SER UM PARCEIRO PARA A VIDA



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O ▶

DESENVOLVIMENTO ▶

SUSTENTAVEL

NEGÓCIO ▶

RESPONSÁVEL

PARCEIRO ▶

PARA A VIDA

VIVER A ▶

COMUNIDADE

INOVAÇÃO ▶

E FUTURO

ABORDAGEM ▶

AO RELATÓRIO

TABELA DE ▶

CORRESPONDÊNCIAS

INDICADORES ▶



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶
- VIVER A  
COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶
- ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

# SOBRE NÓS

A Generali Seguros S.A. é o 2º maior operador de seguros não-vida em Portugal, com 18,8% de quota de mercado não-vida e um total de 1.925.000 clientes (vida e não-vida). A Companhia oferece aos seus clientes, particulares e empresas, as soluções de seguros mais adequadas a cada fase da vida, através das suas marcas comerciais Tranquilidade, Açoreana (nos Açores) e LOGO (marca digital).

A Companhia faz parte do Grupo Generali, um dos maiores grupos seguradores internacionais. Esta pertença é um fator diferenciador e uma oportunidade para o mercado nacional em que se conjuga a forte presença em Portugal de uma marca histórica como é a Tranquilidade com a robustez financeira, a capacidade de investimento e a potencialidade tecnológica do Grupo Generali.

Em 2021, concluiu-se o processo de integração operacional decorrente da fusão por incorporação da Generali – Companhia de Seguros, S.A. e da Generali Vida – Companhia de Seguros, S.A. na Generali Seguros, S.A. (anteriormente designada Seguradoras Unidas, S.A.) ocorrida em 2020, o que originou um reajustamento da composição da carteira

## AS NOSSAS MARCAS

TRAN  
QUILI  
DADE

AÇOREANA

LOGO

## SOBRE NÓS

# A NOSSA EMPRESA



MENSAGEM  
DO CEO

SOBRE NÓS

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL

PARCEIRO  
PARA A VIDA

INOVAÇÃO  
E FUTURO

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS

INDICADORES



Com sede em Lisboa e escritórios centrais no Porto e em Ponta Delgada, a rede de distribuição em Portugal está dividida em 21 zonas comerciais (19 no continente mais Açores e Madeira), que são suportadas por escritórios locais e por um total de 650 pontos físicos de venda que se distribuem geograficamente por todo o território continental e regiões autónomas.

Por tipologia, a rede física é composta por 13 lojas próprias (em Lisboa, Porto e 11 lojas nos Açores) e por 637 lojas de agentes com imagem da Tranquilidade ou Açoreana (nos Açores), das quais 286 são de agentes exclusivos.

Proximidade, qualidade de serviço e simplicidade de processos, alicerçadas na transformação digital e inovação, são compromissos da Companhia que quer ser um Parceiro para a Vida dos seus clientes e parceiros.

4 DIREÇÕES  
COMERCIAIS

21 ZONAS  
COMERCIAIS

13 LOJAS  
PRÓPRIAS

637 LOJAS DE  
AGENTES

2418 MEDIADORES

- / Soluções de seguros personalizadas que dão resposta às necessidades das pessoas e das empresas, considerando o seu ciclo de vida e o seu perfil de risco;
- / Aconselhamento e proteção à medida de cada cliente;
- / Prevenção, proteção e assistência integradas;
- / Facilidade de contacto, 24h por dia, 7 dias por semana;
- / Simplicidade de processos e rapidez de resposta;
- / Utilização de tecnologias digitais para garantir acesso fácil e imediato.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶



## SOBRE NÓS

# GRANDES NÚMEROS

VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO:

**1.134**  
milhões de euros

VALOR ECONÓMICO DIRETO DISTRIBUÍDO:

**262**  
milhões de euros

VALOR ECONÓMICO ACUMULADO:

**872**  
milhões de euros

CUSTOS COM SINISTROS:

**825**  
milhões de euros

**1.925.000**  
CLIENTES

**650**  
PONTOS DE VENDA

**2.418**  
MEDIADORES

**1.081**  
COLABORADORES

CUSTO COM COLABORADORES:  
**71,9**  
milhões de euros

COMISSÕES A AGENTES:

**130,6**  
milhões de euros

PAGAMENTOS AO ESTADO (IMPOSTOS):

**6,7**  
milhões de euros

CUSTOS COM FORNECEDORES:

**52,1**  
milhões de euros

DONATIVOS E MECENATO:

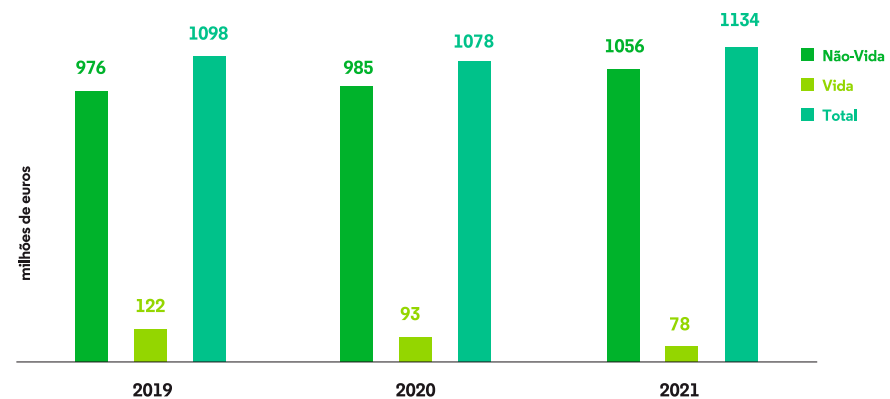
**118**  
milhares de euros

**90,1%**  
CONSUMO DE ENERGIA RENOVÁVEL

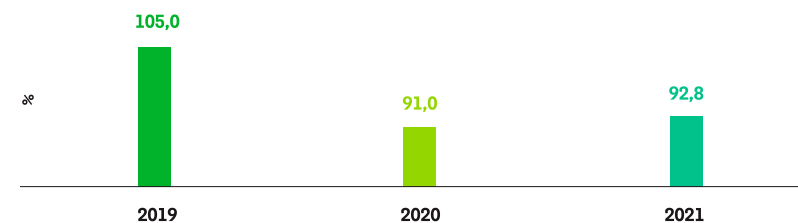
- SOBRE NÓS
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- PARCEIRO PARA A VIDA
- VIVER A COMUNIDADE
- INOVAÇÃO E FUTURO
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- INDICADORES



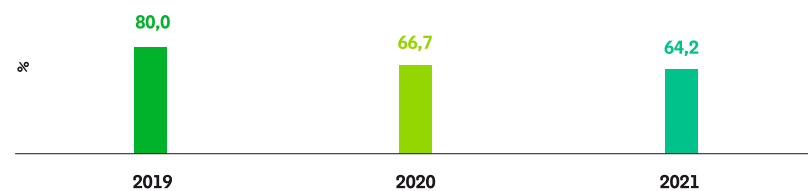
### PRÉMIOS DE SEGURO DIRETO



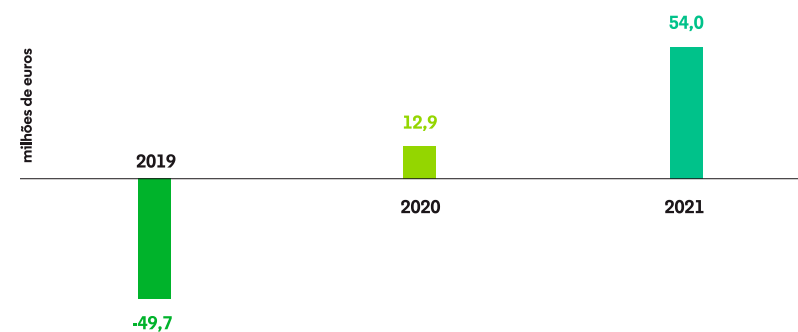
### RÁCIO COMBINADO



### TAXA DE SINISTRALIDADE



### RESULTADOS LÍQUIDOS



nota: 2019 e 2020 - valores agregados da Seguradora Unidas, SA, da Generali Companhia de Seguros, SA e da Generali Companhia de Seguros Vida, SA

- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

A Generali é um dos maiores fornecedores mundiais de seguros e gestão de ativos. Fundada em 1831, está presente em 50 países, servindo 67 milhões de clientes. O Grupo tem uma posição de liderança na Europa e uma presença crescente na Ásia e na América Latina.

A estratégia da Generali assenta no compromisso de ser um Parceiro para a Vida dos seus clientes, alcançado com soluções inovadoras e personalizadas, a melhor experiência de cliente e uma rede de distribuição global digitalizada. O Grupo integrou a sustentabilidade em todas as suas escolhas estratégicas, com o objetivo de criar valor para todas as partes interessadas e construir uma sociedade mais justa e resiliente.

## SOBRE NÓS

# O NOSSO GRUPO



(valores de 2021)



MENSAGEM DO CEO

SOBRE NÓS

PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

NEGÓCIO RESPONSÁVEL

PARCEIRO PARA A VIDA

VIVER A COMUNIDADE



## GENERALI VOLTA, EM 2021, A SER CONFIRMADA COMO UMA DAS SEGURADORAS MAIS SUSTENTÁVEIS DO MUNDO.

A Generali foi confirmada no Índice Dow Jones de Sustentabilidade Mundial (DJSI) e no Índice Dow Jones de Sustentabilidade Europa (DJSI Europa), fortalecendo a sua posição de liderança em termos de desempenho em sustentabilidade ao classificar-se no top 5 das empresas de seguros.

Lançado em 1999 como uma referência de benchmark dedicado à sustentabilidade, o Índice DJSI classifica as empresas líderes com base na análise de critérios ambientais, sociais e de governação da RobecoSAM e na metodologia da S&P Dow Jones Índices.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

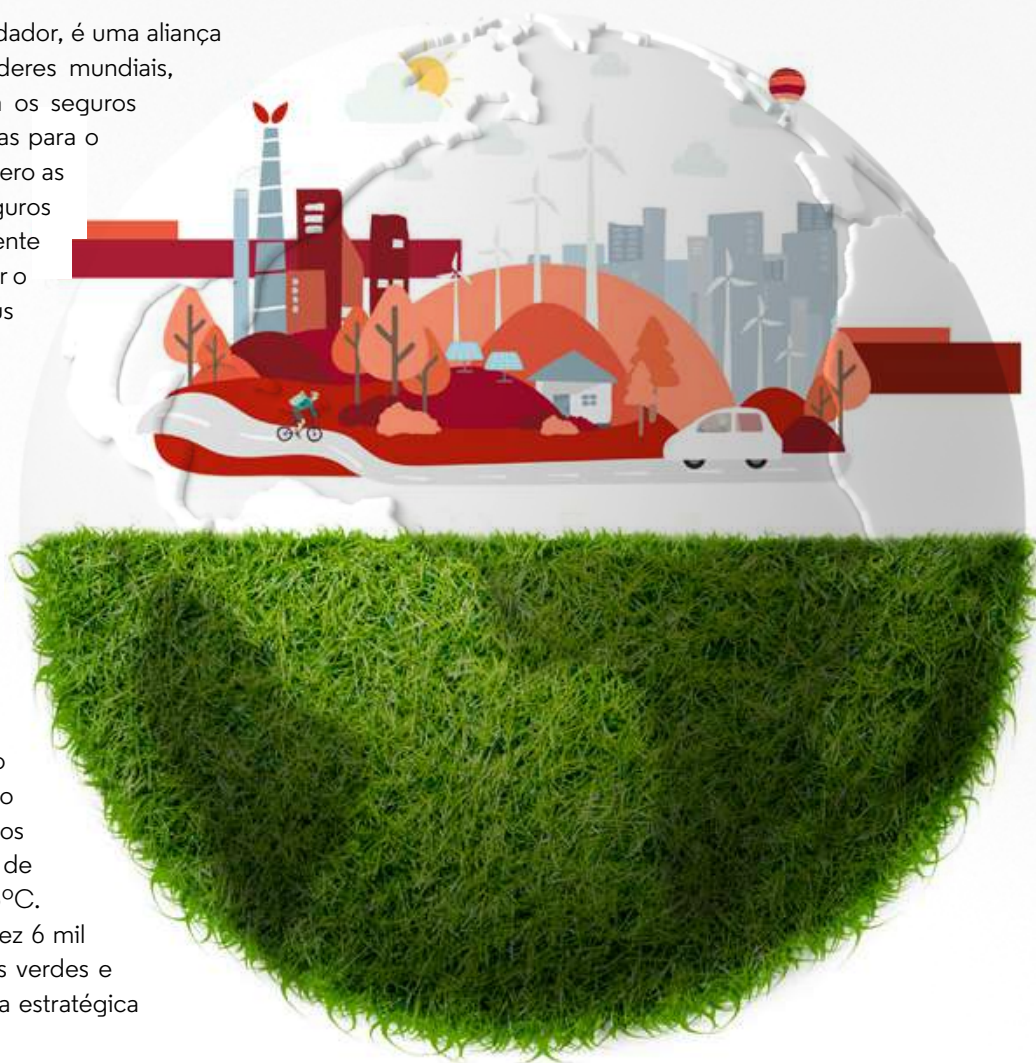
## COMPROMISSO COM A PROTEÇÃO CLIMÁTICA

No Encontro do Clima do G20 realizado em Veneza, em julho de 2021, o CEO do Grupo Generali apresentou o compromisso do setor segurador para acelerar a transição para uma economia global neutra em emissões líquidas prejudiciais ao ambiente, na qualidade de embaixador da Net-Zero Insurance Alliance (NZIA).

A NZIA, da qual a Generali é membro fundador, é uma aliança de oito seguradores e resseguradores líderes mundiais, orientada pelos princípios definidos para os seguros no âmbito do Programa das Nações Unidas para o Clima e que se comprometeu a reduzir a zero as emissões líquidas das suas carteiras de seguros e resseguros até 2050, um objetivo consistente com as metas do Acordo de Paris, de limitar o aumento da temperatura global a 1,5°Celsius acima dos níveis pré-industriais.

A estratégia de proteção climática do Grupo Generali prevê entre 8,5 e 9,5 mil milhões de euros de novos investimentos verdes e sustentáveis no período de 2021-25 e a gradual descarbonização da sua carteira de investimentos diretos, para se tornar neutra para o clima até 2050.

Como meta intermédia, o Grupo Generali assume o desafio de diminuir, nos próximos cinco anos, 25% das emissões de carbono face aos níveis de 2019 em todo o portefólio do grupo (obrigações e outros títulos cotados em bolsa), alinhando também a carteira de investimento imobiliário com a meta de 1,5°C. Nos últimos três anos, o Grupo Generali fez 6 mil milhões de euros em novos investimentos verdes e sustentáveis, que ultrapassaram a sua meta estratégica com um ano de antecedência.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

# “Possibilitar às pessoas moldar um futuro mais seguro, cuidando das suas vidas e dos seus sonhos”

Esta é a razão pela qual existimos e que nos inspira e motiva. Num mundo cada vez mais complexo e em acelerada mudança, a nossa capacidade de cuidar e ajudar as pessoas, oferecendo soluções inovadoras e personalizadas, permitirá que elas tomem decisões e criem um futuro mais seguro para si, para os seus entes queridos, para os seus negócios e para as suas comunidades.

## OS NOSSOS VALORES

### DELIVER ON THE PROMISE

Celebramos um contrato sólido de confiança mútua com os nossos colaboradores, clientes e stakeholders.

Todo o nosso trabalho vai no sentido de melhorar a vida dos nossos clientes. Comprometemo-nos com disciplina e integridade para cumprir esta promessa criando impacto num relacionamento duradouro.

### VALUE OUR PEOPLE

Valorizamos as nossas pessoas, encorajamos a diversidade e investimos na formação contínua e no crescimento através da criação de um ambiente de trabalho transparente, coerente e acessível. O desenvolvimento das nossa pessoas é a garantia para um futuro, a longo prazo, da nossa empresa.

### LIVE THE COMMUNITY

Temos orgulho em pertencer a um Grupo global forte, sustentável e de relacionamentos duradouros em todos os mercados que atuamos. Os nossos mercados são as nossas casas.

### BE OPEN

Somos pessoas curiosas, acessíveis e com autonomia, que pensam de forma aberta e ampla e desejam olhar para as coisas numa perspetiva diferente.

## OS NOSSOS COMPORTAMENTOS



**SENTIMENTO DE PERTENÇA**  
Atuar com proatividade e paixão para um desempenho de excelência.



**SIMPLIFICAÇÃO**  
Simplificar as coisas, adaptar-se rapidamente e tomar decisões inteligentes.



**INOVAÇÃO**  
Abraçar as diferenças para fazer a inovação acontecer.



**TOQUE HUMANO**  
Estabelecer parceria com os outros, mostrando empatia e espírito de equipa.

## SOBRE NÓS

# O NOSSO PROPÓSITO

- ☰
- ▶
- 
- SOBRE NÓS ▶
- 
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- 
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- 
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- 
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- 
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- 
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- 
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- 
- INDICADORES ▶
-

**Ser um Parceiro para a Vida dos clientes, oferecer soluções de seguros inovadoras e personalizadas, com uma rede de mediação inigualável.**

## OS NOSSOS PILARES

CRESCIMENTO RENTÁVEL

GESTÃO DE CAPITAL  
E OTIMIZAÇÃO FINANCEIRA

INOVAÇÃO  
E TRANSFORMAÇÃO  
DIGITAL

## OS NOSSOS PRINCÍPIOS

COLABORADORES  
MOTIVADOS

MARCA SÓLIDA

COMPROMISSO COM  
A SUSTENTABILIDADE

## SOBRE NÓS

# A NOSSA ESTRATÉGIA 2021

À luz de um contexto ainda dominado pela pandemia, confirmámos a nossa estratégia e compromisso de ser um Parceiro para a Vida dos nossos clientes, no final do Plano 2019-21.

Isto foi possível devido a três principais factores:

**/ Resiliência da nossa performance operacional e financeira, sustentada numa estratégia clara, no foco na excelência técnica e num modelo de negócio de alta qualidade e diversificado.**

**/ Reforço da digitalização do nosso modelo de negócio com uma transformação digital da nossa rede de vendas e uma efetiva adaptação da nossa organização às novas formas de trabalho.**

**/ Visão de longo prazo das nossas convicções fundamentais que sustentam o plano, as quais são hoje mais relevantes do que nunca, e permitiram-nos capitalizar sobre as oportunidades emergentes.**

Em 2021 prosseguimos com a implementação das nossas iniciativas estratégicas com o objetivo de assegurar a concretização dos objetivos financeiros e não-financeiros do plano estratégico.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

# TRANQUILIDADE

# 150

1871-2021

## EM 2021 CELEBROU-SE O 150º ANIVERSÁRIO DA TRANQUILIDADE

Presente na vida dos portugueses desde 1871, a marca Tranquilidade atravessou três séculos a apoiar pessoas, empresas e comunidades e segue em frente, garantindo hoje a proteção de quase 2 milhões de clientes e fazendo a sua parte para construir um futuro mais sustentável. Tudo isto foi possível com a paixão e energia dos nossos colaboradores e a confiança dos nossos clientes e parceiros de negócio. A data foi celebrada com diversas iniciativas internas e foi o mote do Encontro Comercial com a rede de mediação. Em 2021, também o Grupo Generali assinalou o seu 190º aniversário, com um plano de celebração em todos os países onde está presente.



1ª Apólice da Tranquilidade 1871

Encontro Comercial 2021  
3.000 colaboradores e agentes reunidos em formato digital



## SOBRE NÓS

# DESTAQUES



## HÁ 150 ANOS POR PERTO PARA AJUDAR

Para ampliar a celebração foi criada uma campanha de publicidade, com a assinatura “há 150 anos por perto para ajudar”, que revela a Tranquilidade em diferentes épocas dos seus 150 anos de história e que teve como protagonistas o seguro automóvel e a atriz Mariana Monteiro, no passado, presente e futuro. Para celebrar os 150 anos com os seus clientes, a Tranquilidade lançou uma promoção especial de aniversário com descontos e oferta de experiências.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶



## MAIS DE 1 MILHÃO DE CLIENTES VERDES

Em 2021 ultrapassámos a marca de 1 milhão de clientes que já recebem a nossa documentação por email. Um projeto que permitiu evitar mais de 17 milhões de páginas impressas desde 2018 e que nos ajudou a ser mais rápidos e digitais, com um impacto muito positivo no ambiente. Terminámos o ano com 1.113.000 Clientes Verdes (+ 30% face a 2020) aos quais se somam mais 145.000 clientes da LOGO, também desmaterializados. Os valores alcançados possibilitam-nos concretizar elevados níveis de serviço na comunicação, inovação e eficiência.

## SUSTENTABILIDADE EM REDE



A Companhia integrou em 2021 o BCS D Portugal (Business Council for Sustainability Development) e o GRACE-Empresas Sustentáveis, duas associações empresariais que promovem o desenvolvimento de uma cultura empresarial sustentável, com impacto positivo para os diversos stakeholders, comunidade e ambiente, trabalhando em rede para acelerar a transição para um mundo mais sustentável.

Desenvolver, capacitar e dinamizar parcerias nacionais e internacionais e influenciar a sociedade e as políticas públicas com foco nos princípios de sustentabilidade e responsabilidade social são objetivos do BCS D e do GRACE, que querem ajudar as empresas a atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 das Nações Unidas e o Acordo de Paris sobre o Clima, pilares de uma sociedade equilibrada e inclusiva, capaz de gerar emprego e riqueza, respeitando, em simultâneo, a biosfera e os direitos humanos.



- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O ENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE RESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## MARCA TRANQUILIDADE VOLTA A SUBIR NO RANKING DAS MARCAS COM MELHOR REPUTAÇÃO EM PORTUGAL

De acordo com o Marktest Reputation Index (MRI) 2021, a marca Tranquilidade subiu, em relação a 2020, 7 posições no ranking das marcas com a melhor reputação em Portugal, e ocupa atualmente a 54ª posição no ranking global, num total de 118 marcas de relevo de 23 categorias.

O MRI tem como objetivo posicionar as marcas num ranking, o que permite a comparação e posicionamento da marca face às restantes marcas concorrentes e ainda face a outros setores. Para além de medir a opinião da sociedade portuguesa em relação à reputação das marcas, o MRI permite a comparação da reputação da marca face aos utilizadores versus não utilizadores da marca bem como analisar ao nível do género, idade, classe social e região o perfil dos inquiridos onde a marca tem maior ou menor reputação

Este índice resulta de um valor médio ponderado de 5 indicadores - confiança, familiaridade, admiração, imagem e worth of mouth – atribuído a cada marca para cada categoria de produto/serviço em análise. A componente emocional assume cada vez mais uma posição de destaque nestas opções e escolhas, uma vez que o consumidor compra ou escolhe as marcas em que confia, e recomenda as marcas de que gosta.

Em termos de ranking global, a Tranquilidade tem vindo a evoluir muito positivamente, passando da 101ª posição em 2017 para a posição 54 em 2021, enquanto que no ranking de seguradoras progrediu da 4ª para a 2ª posição.

## NOTORIEDADE ESPONTÂNEA TAMBÉM AUMENTA

De acordo com o estudo BASEF Seguros da Marktest, a notoriedade espontânea da marca Tranquilidade subiu 8 pontos percentuais, passando de 40,4% em 2020 para 48,4% em 2021.



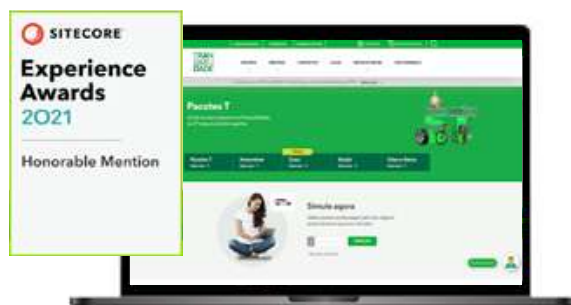
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE RESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## RECONHECIMENTO E DISTINÇÕES

### Melhor reputação no setor segurador

Estamos entre as 100 empresas com melhor reputação em Portugal e na 1ª posição do ranking do setor segurador, de acordo com o estudo “Merco Empresas e Líderes” 2021.

O Merco avalia a reputação com base em 5 avaliações e 14 fontes de informação, revistas de forma independente. O estudo contou com a participação de mais de 800 cidadãos, executivos de grandes empresas, jornalistas de informação económica, professores da área empresarial, analistas financeiros, responsáveis de ONG’s, entre outros.



### Website da Tranquilidade distinguido internacionalmente

Em 2021, o website da Tranquilidade foi migrado para a tecnologia sitecore, com o objetivo de melhorar a experiência dos nossos clientes nas interações através do canal digital e, consequentemente, a sua satisfação.

Logo neste ano, o nosso projeto recebeu uma menção honrosa na categoria “Best Digital Experience Transformation nos ‘Sitecore Experience Awards 2021’ que reconhecem marcas que construíram experiências digitais inovadoras, verdadeiramente centradas no cliente.



### Superbrand 2021, eleita pelos consumidores

A Tranquilidade voltou a ser confirmada em 2021 como uma Superbrand portuguesa. É a marca seguradora que mais vezes conquistou este prémio, atribuído com base em critérios de notoriedade, qualidade e confiança.

Esta avaliação é feita de forma independente envolvendo um estudo ao consumidor e uma classificação, feita pelo Conselho Superbrands, constituído por diversos profissionais de marketing. Na Superbrands, as Marcas são referidas de forma completamente espontânea, não havendo qualquer tipo de menção a categorias, segmentos ou mercados. Isso permite que o consumidor revele as suas reais convicções sobre as marcas que mais admira, com que mais se identifica e as em que mais confia.



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## RESPOSTA À COVID-19

Confirmando as previsões menos otimistas, a pandemia continuou em 2021 a ser um desafio global, com impactos económicos e sociais, transversais em todos os setores, obviamente com níveis de intensidade diferentes. A Covid-19 também nos obrigou a viver de modo diferente e trouxe disrupção nas formas de operar e trabalhar das empresas.

Desde o início de março de 2020, a Companhia implementou um conjunto de medidas preventivas e de resposta com vista a adequar as suas operações à nova realidade. Foi implementado um Plano de Contingência e definido um “Gabinete de Acompanhamento – COVID-19” com o objetivo de monitorar e acompanhar de perto a situação.

Neste contexto, a Companhia implementou de imediato um conjunto de medidas na esfera dos recursos humanos, com um recurso massivo ao teletrabalho suportado por logística própria, parte dela já contemplada no Plano de Continuidade de Negócio e, no que se refere às suas instalações, foram implementadas medidas para limitar os riscos atualmente existentes, nomeadamente em termos de limitação de acessos numa fase inicial e restrição dos mesmos numa fase subsequente.

Adicionalmente foi implementado um conjunto de medidas de monitorização do negócio nas suas diversas componentes por forma a acompanhar a evolução diária da situação com vista a, preventivamente, poder implementar as medidas corretivas que se revelem necessárias.

O nosso compromisso de empresa responsável e Parceiro para a Vida esteve sempre presente – na segurança dos nossos colaboradores, no apoio a clientes e parceiros, na resposta à comunidade, tanto a nível nacional, como internacional.

Sobre os desafios das novas formas de trabalho e relação, a Companhia já vinha a trabalhar na crescente digitalização de processos, para oferecer mais qualidade e rapidez aos seus clientes, e na implementação de novas formas de trabalho mais flexíveis e produtivas, como é o remoto, pelo que a pandemia apenas veio acelerar a sua implementação.

A nova realidade trouxe também novas necessidades de proteção e a Companhia continuou a implementar coberturas e a oferecer serviços para responder às circunstâncias.

**Introdução de duas novas coberturas de Smart Working e Saúde no Trabalho no Seguro de Acidentes de Trabalho**, com o objetivo de maximizar a produtividade em teletrabalho e promover a saúde física e mental dos colaboradores.

**Inclusão da cobertura Covid no Seguro de Viagem.**



- ☰
- ▶
- 
- SOBRE NÓS ▶
- 
- PROMOVER O ▶
- DESENVOLVIMENTO ▶
- SUSTENTAVEL
- 
- NEGÓCIO ▶
- RESPONSÁVEL
- 
- PARCEIRO ▶
- PARA A VIDA
- 
- VIVER A ▶
- COMUNIDADE
- 
- INOVAÇÃO ▶
- E FUTURO
- 
- ABORDAGEM ▶
- AO RELATÓRIO
- 
- TABELA DE ▶
- CORRESPONDÊNCIAS
- 
- INDICADORES ▶
-



### Disponibilização gratuita de dois milhões de vídeo-consultas médicas

No primeiro trimestre de 2021 a Companhia ofereceu aos seus clientes 2.000.000 de vídeo-consultas, que permitiam a estes, sem sair de casa e de forma gratuita, ter acesso a uma consulta de medicina geral e familiar.

Esta medida, desenvolvida em parceria com o Grupo Europ Assistance, teve como objetivo apoiar os clientes, num momento particularmente difícil da pandemia, proporcionando um contacto rápido e seguro com um médico, evitando a deslocação, o custo e o recurso a um estabelecimento de saúde.

### Oferta de Assistência Auto Covid-19

Entre julho e setembro de 2021, todos os nossos clientes particulares com seguro auto ligeiros receberam um seguro de assistência Covid-19, ficando assim protegidos dos imprevistos que o vírus lhes poderia causar durante um período tradicionalmente de férias.

Com esta proteção, acediam a vantagens como: cobertura dos gastos não reembolsáveis, como o alojamento, em caso de interrupção ou cancelamento de férias por internamento ou quarentena por Covid 19; pagamento de subsídio em caso de internamento e linha telefónica de aconselhamento médico.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## Somos Covid Safe pela APCER

Adotámos desde o início da pandemia, as melhores práticas nacionais e internacionais na proteção das nossas pessoas.

O reconhecimento por uma entidade independente, através de um rigoroso processo de auditoria, demonstra este nosso compromisso: a APCER atribuiu o certificado COVID Safe aos nossos edifícios de Lisboa e do Porto, edifícios e lojas próprias dos Açores, e escritórios de apoio à mediação.

Este certificado atesta a implementação dos vários procedimentos e práticas de segurança emitidos pela Direção Geral de Saúde (DGS), Autoridade para as Condições de Trabalho (ACT) e Organização Internacional do Trabalho (OIT).



## Oferecemos benefícios adicionais nos Seguros Vida para os profissionais de saúde

Atentos à evolução da situação da Covid-19 e à segurança dos profissionais de saúde, que estão na linha da frente para proteger a população, disponibilizamos a todos os Profissionais de Saúde mais benefícios nos nossos Seguros Vida, em caso de contágio ou isolamento profilático por Covid-19.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶



- 
- ▶ SOBRE NÓS
- 
- ▶ PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
- 
- ▶ NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- 
- ▶ PARCEIRO PARA A VIDA
- 
- ▶ VIVER A COMUNIDADE
- 
- ▶ INOVAÇÃO E FUTURO
- 
- ▶ ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- 
- ▶ TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- 
- ▶ INDICADORES
- 

# PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A estratégia de sermos um Parceiro para a Vida exige olhar para o mundo e focar a nossa atenção nas tendências relevantes, sejam de natureza política, económica, social, ambiental ou jurídica, sejam de evoluções científicas e tecnológicas disruptivas. Através da nossa abordagem pretendemos identificar e gerir adequadamente os “desconhecidos”, tanto em termos de riscos como de oportunidades de negócio.

Uma cultura de riscos emergentes sólida dentro da organização garante que novos riscos, que são percebidos como relevantes, embora ainda não totalmente compreendidos e mensuráveis, sejam devidamente levados em consideração. Isso significa pensar em novos riscos que precisam ser geridos, monitorados e mitigados para podermos reagir quando eles se materializarem.

O registo de Riscos Emergentes do Grupo Generali mantém um foco predominante nas mudanças climáticas e desastres naturais, instabilidade geopolítica e consequentes impactos financeiros, mudanças demográficas e sociais e desafios da digitalização.

O cenário de riscos emergentes foi reformulado pela Covid-19, com as pandemias e eventos extremos a terem maior foco. Mesmo com as vacinas a reduzirem a gravidade dos acontecimentos, a pandemia de Covid-19 e suas implicações sociais e económicas desafiaram (e ainda desafiam) governos, empresas e pessoas.

A pandemia acelerou certas tendências, como a digitalização, impulsionada pela tendência crescente de trabalho remoto, mas também conduziu a um aumento dos riscos de segurança cibernética. Além disso, o prolongado sentimento de incerteza e vulnerabilidade entre as pessoas gerou diferentes reações, que vão desde o aumento das doenças mentais até ao crescimento das desigualdades de rendimento e saúde, que agravam as tensões e divisões sociais já existentes.

Neste cenário em rápida evolução, o papel das seguradoras na sociedade é fundamental para contribuir com a informação e proteção de riscos. A crescente atenção dos stakeholders à sustentabilidade leva as empresas a medir não apenas os impactos decorrentes de fatores Ambientais, Sociais e de Governança (ESG) no seu próprio perfil de risco, mas também a avaliar os impactos gerados pelas suas operações, investimentos e práticas de subscrição.

## PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

# TENDÊNCIAS DE UM MUNDO EM MUDANÇA



Como segurador responsável e investidor de longo prazo, temos um papel único no apoio à resiliência da sociedade e à maior sustentabilidade ambiental, tanto como fornecedor tradicional de seguros, quanto como ator institucional capaz de gerar um impacto positivo no meio ambiente e na sociedade - particularmente nas mudanças climáticas, degradação da biodiversidade, pandemias e eventos extremos e evolução sociodemográfica.

- ☰
- 
- SOBRE NÓS ▶
- 
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- 
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- 
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- 
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- 
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- 
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- 
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- 
- INDICADORES ▶
-



**Para desenvolver esta visão**

**Gerimos um negócio sustentável ao:**

/ Ouvir e considerar as expectativas dos stakeholders no nosso processo de tomada de decisão, com o intuito de gerir riscos sociais e ambientais.

/ Transformar informação em conhecimento de modo a abordar megatendências e encontrar soluções alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

/ Praticar transparência ao partilhar abertamente o nosso progresso em questões sociais e ambientais.

**Vivemos a comunidade, além das operações de negócio do dia a dia ao:**

/ Agir estrategicamente, mobilizando as competências, os recursos e networks do Grupo para enfrentar os desafios mais urgentes da sociedade.

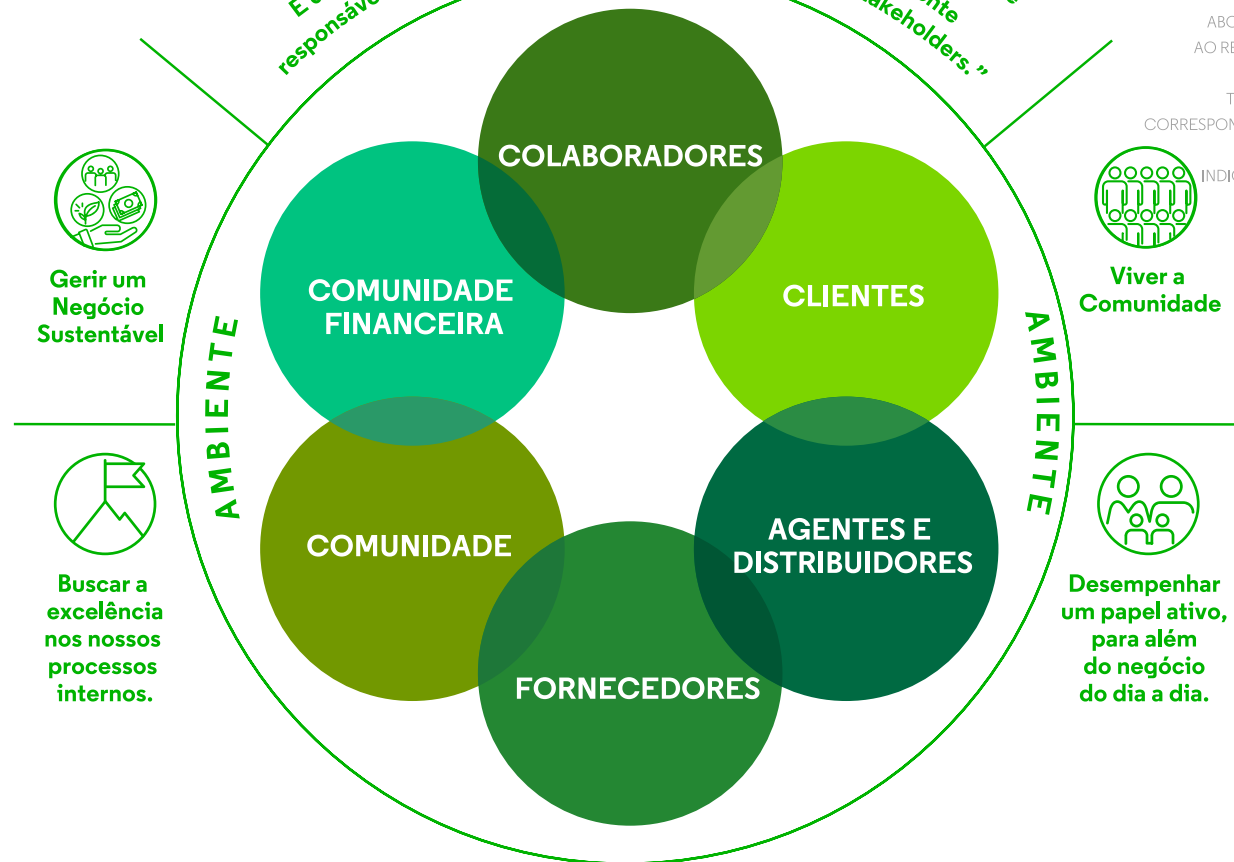
/ Estabelecer cadeias de ajuda, de pessoas que ajudam pessoas.

/ Estarmos concentrados nos resultados para alcançar um impacto tangível e mensurável.

**PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

# A NOSSA VISÃO DE SUSTENTABILIDADE

*“ Nós, Generali, contribuimos para uma sociedade mais saudável, resiliente e sustentável, onde as pessoas podem desenvolver-se e prosperar. É desta forma que vivemos o nosso papel de empresa socialmente responsável, criando valor de longo prazo para os nossos stakeholders. ”*



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

**Graças ao profundo diálogo com os nossos stakeholders internos e externos e com a gestão de topo, foram definidas prioridades:**

- / Responder às megatendências que moldam os nossos negócios e sociedade
- / Ser a primeira escolha dos nossos clientes
- / Valorizar os nossos distribuidores
- / Contribuir para o diálogo sobre sustentabilidade na comunidade financeira
- / Construir um ambiente de trabalho inspirador para as nossas pessoas
- / Oferecer um serviço inigualável em parceria com os nossos agentes
- / Alcançar um impacto tangível nas nossas comunidades
- / Ser confiável como empresa-cidadã comprometida



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O ▶  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO ▶  
RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO ▶  
PARA A VIDA ▶
- VIVER A ▶  
COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO ▶  
E FUTURO ▶
- ABORDAGEM ▶  
AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE ▶  
CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

O Grupo Generali identificou os fatores ambientais, sociais e de governação (ESG) relevantes sobre os quais pretendemos desenvolver os nossos negócios para tornar a Generali uma empresa sustentável à prova de futuro.

Estamos focados nas megatendências, as forças motrizes de longo prazo, observáveis no presente e que provavelmente continuarão na próxima década. Estes acontecimentos estão e continuarão a remodelar o mundo dos negócios, a sociedade e o ambiente e a trazer novos riscos e oportunidades para o nosso Grupo, para a nossa cadeia de valor e para os nossos stakeholders.

As megatendências foram identificadas e priorizadas combinando a avaliação interna do Grupo Generali com a dos stakeholders externos.

O Grupo Generali identificou 3 prioridades principais (cluster 1): mudanças climáticas, pandemias e eventos extremos e envelhecimento e evolução da segurança social. Estas megatendências são abordadas por meio de iniciativas estratégicas em todas as Unidades de Negócios do Grupo Generali e em todas as funções.

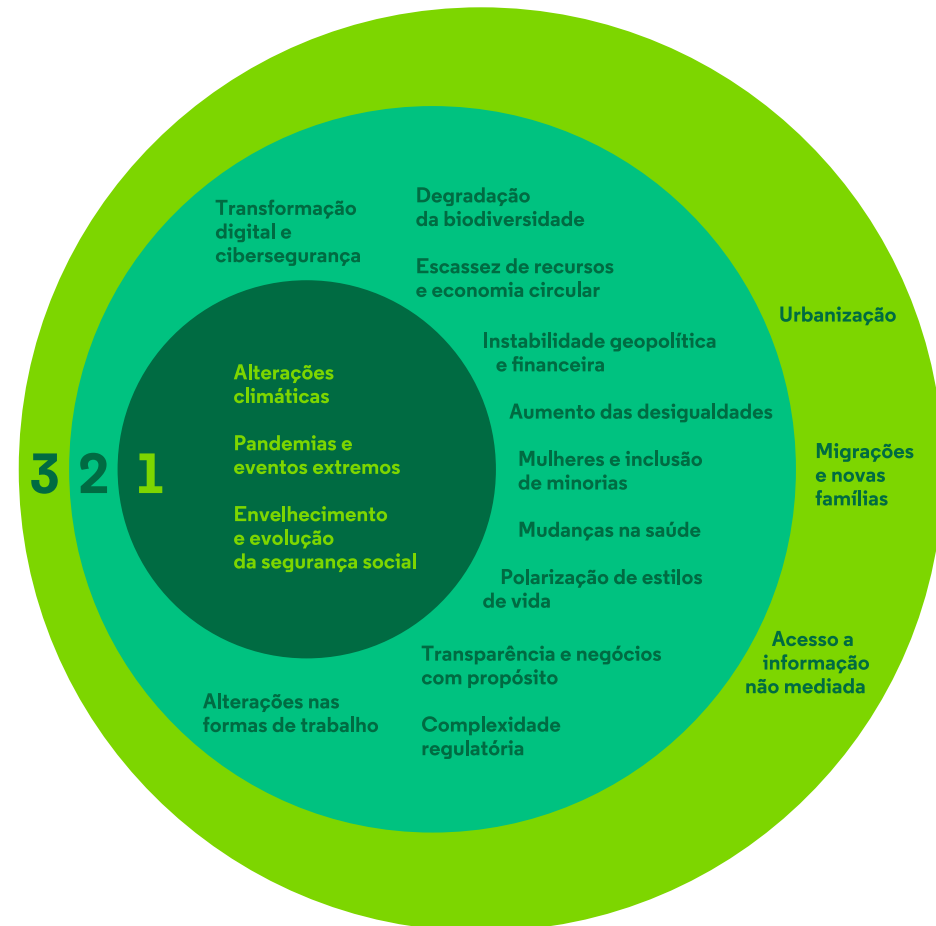
No cluster 2 foram identificadas onze megatendências - onde a transformação digital e cibersegurança tem uma relevância crescente- que são abordadas por meio de iniciativas estratégicas de Unidades de Negócios e funções específicas.

O cluster 3 identifica aquelas megatendências que são importantes, mas não tão significativas quanto os outros fatores analisados nos clusters 1 e 2 e que são monitorizadas.

A análise de materialidade é a bússola da nossa jornada em direção à transformação sustentável dos negócios. Ajuda a aguçar as prioridades relacionadas aos fatores ESG, nas quais focamos a nossa estratégia e desenvolvemos ações para proteger a capacidade do Grupo de criar valor duradouro.

## PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

# MATRIZ DE MATERIALIDADE



- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶



## MEGATENDÊNCIAS ESG

Mudanças climáticas

Envelhecimento e evolução da segurança social

Pandemias e eventos extremos

Instabilidade geopolítica, macroeconómica e financeira

Transformação digital e cibersegurança

Crescentes expectativas em relação ao propósito corporativo, práticas de sustentabilidade e transparência

Mudanças na saúde

Escassez de recursos e economia circular

Novas formas de trabalho e reestruturação do cenário empresarial

Aumento das desigualdades e redução da mobilidade social

Evolução dos estilos de vida e dos padrões de consumo

Mulheres no trabalho e inclusão de minorias

Complexidade regulatória e necessidade de uma governação integrada

Degradação da biodiversidade e vulnerabilidade dos nossos sistemas

## ODS



## METAS LIGADAS ÀS MEGATENDÊNCIAS

Energias renováveis e acessíveis  
Ação climática

Redução das desigualdades  
Saúde e bem-estar

Reduzir o número de mortes e pessoas afetadas e minimizar as perdas económicas diretas causadas por desastres

Melhorar a estabilidade macroeconómica global

Indústria, inovação e infra-estruturas

Incentivar as empresas, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade no seu ciclo de reportes

Saúde e bem-estar

Consumo e produção responsáveis

Crescimento económico e trabalho digno

Redução de desigualdades e acesso a cuidados e desenvolvimento da qualidade na primeira infância; Igualdade no acesso à educação para pessoas vulneráveis

Saúde e bem-estar

Igualdade de género  
Redução de desigualdades

Paz, justiça e instituições fortes  
Consumo e produção responsáveis

Vida na Terra

- [SOBRE NÓS](#)
- [PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL](#)
- [NEGÓCIO RESPONSÁVEL](#)
- [PARCEIRO PARA A VIDA](#)
- [VIVER A COMUNIDADE](#)
- [INOVAÇÃO E FUTURO](#)
- [ABORDAGEM AO RELATÓRIO](#)
- [TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS](#)
- [INDICADORES](#)

A Generali Seguros trabalha para dar resposta às megatendências que modelam a sociedade e defende um ecossistema em que todos possam prosperar, de modo a criar valor no longo-prazo. Nesta caminhada, os nossos clientes, colaboradores, distribuidores, fornecedores, comunidade e todos os restantes intervenientes desempenham um papel central e, por isso, valorizamos a sua confiança.

A nossa visão de liderança de excelência e confiável é caminhar ao lado dos nossos stakeholders, entender o impacto mais amplo das nossas decisões sobre eles e agir com responsabilidade, melhorar a sua satisfação e inspirar confiança nas nossas marcas.

O quadro incluiu as principais categorias de stakeholders – internos e externos. Para cada grupo temos canais de escuta e diálogo e atividades desenvolvidas pelas diversas áreas corporativas com o objetivo de entender necessidades e expectativas, comunicar os resultados alcançados e os programas promovidos para garantir o desenvolvimento sustentável.

## COLABORADORES

- / Intranet - OláTeam
- / Avaliação do Clima Social (Global Engagement Survey) a cada dois anos
- / Gestão Integrada de Performance
- / Encontro de Colaboradores
- / Fórum colaborativo
- / Pulse surveys sobre várias temáticas
- / Reuniões com sindicatos e representantes dos trabalhadores
- / Atividades de envolvimento ligadas à cultura da empresa
- / Voluntariado corporativo
- / Portal do Grupo Generali

## CLIENTES

- / Inquéritos de satisfação
- / Estudos de mercado
- / Provedor do Cliente
- / Call Center
- / Canais de comunicação dedicados aos clientes (web, chat, e-mail, whatsapp, telefone)

## AGENTES

- / Portal de Parceiros (alertas, novidades, repositório de toda a informação e acesso a ferramentas de negócio)
- / Inquéritos de satisfação
- / Roadshows anuais
- / Reuniões e convenções nacionais e locais
- / Ações de formação (presencial, remota e Academia e-learning)
- / Newsletter LINK
- / Email e SMS com novidades e alertas

## FORNECEDORES

- / Canais de comunicação dedicados aos fornecedores (contratação, apoio e informação, faturação)
- / Plataforma Ivalua para processos de consulta
- / Avaliação do desempenho dos fornecedores
- / Reuniões de acompanhamento
- / Visitas a fornecedores

## COMUNIDADE

- / Website
- / Participação em associações empresariais de sustentabilidade
- / Apoio a associações sociais e ambientais
- / Colaboração com universidades
- / Entrevistas sobre a relevância das questões materiais
- / Inquéritos de avaliação de marca

## PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

# ENVOLVIMENTO DOS STAKEHOLDERS

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶



- 
- ▶ SOBRE NÓS
- 
- ▶ PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
- 
- ▶ NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- 
- ▶ PARCEIRO PARA A VIDA
- 
- ▶ VIVER A COMUNIDADE
- 
- ▶ INOVAÇÃO E FUTURO
- 
- ▶ ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- 
- ▶ TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- 
- ▶ INDICADORES
- 

# NEGÓCIO RESPONSÁVEL

O Grupo Generali cumpre o quadro legislativo e regulamentar que estabelece os pilares do seu sistema de governação, o qual é consistente com o quadro europeu Solvência II. As guidelines internas asseguram uma governação coerente, que inclui um sistema de controlo interno e de gestão de riscos.

O cumprimento das leis nacionais, comunitárias, bem como das guidelines internas são uma peça fundamental para a implementação e manutenção de uma cultura forte e robusta de gestão de riscos, sendo igualmente uma vantagem competitiva na concretização de negócios e na reputação do Grupo Generali.

O Compliance protege a marca e fortalece o Grupo na relação com todos os seus intervenientes (por exemplo, clientes, colaboradores, acionistas, reguladores, fornecedores, entre outros).

O modelo de governação da Companhia assenta numa gestão sã e prudente do negócio que acompanha os aspetos relevantes do sistema de governo, de controlo e gestão de risco, estratégia, objetivos e dados de negócio, sempre em consonância com o Grupo Generali.

Sensibilizamos todos aqueles que se relacionam connosco para os riscos de Compliance identificados pelo Grupo.

## O CATÁLOGO DE RISCOS DE COMPLIANCE IDENTIFICA CINCO SETORES:

ÉTICA E  
INTEGRIDADE  
NO NEGÓCIO

PROTEÇÃO DO  
CONSUMIDOR

CRIME  
FINANCEIRO

INTEGRIDADE  
DO MERCADO

CORPORATIVO

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# SISTEMA DE GOVERNAÇÃO

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O ▶  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL
- NEGÓCIO ▶  
RESPONSÁVEL
- PARCEIRO ▶  
PARA A VIDA
- VIVER A ▶  
COMUNIDADE
- INOVAÇÃO ▶  
E FUTURO
- ABORDAGEM ▶  
AO RELATÓRIO
- TABELA DE ▶  
CORRESPONDÊNCIAS
- INDICADORES ▶

## ESTRUTURA DO SISTEMA DE CONTROLO INTERNO

A Estrutura Organizativa da Companhia assenta no modelo das 3 linhas de defesa, de acordo com a figura abaixo apresentada, que asseguram uma clara separação de funções. Este modelo tem o Órgão de Administração como responsável máximo.

Adicionalmente, a Companhia criou diversos Comités para reforço do Modelo de Governo, da comunicação, da transparência e da interação entre os diversos Órgãos de Gestão e de Fiscalização, Titulares de Funções-Chave que devem cooperar estreitamente e trocar informações para garantir a sua natureza interdisciplinar, e Diretores de Topo.



## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# CONTROLO INTERNO E CANAIS DE REPORTE

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶



## PILARES DO SISTEMA DE CONTROLO INTERNO

### SISTEMA DE CONTROLO INTERNO E DE GESTÃO DE RISCOS



## CANAIS DE REPORTE DE PREOCUPAÇÕES

Em linha com as melhores práticas do mercado e em cumprimento da legislação, incentivamos qualquer pessoa, nomeadamente colaboradores, parceiros de negócios, clientes, fornecedores, consultores ou outras partes interessadas que mantenham um relacionamento comercial com a Generali Seguros, que suspeitou ou testemunhou uma qualquer prática ou conduta inadequada ou inconsistente com a Lei, com o Código de Conduta ou outros Regulamentos internos e externos, a reportar as suas preocupações.

É fundamental que exista um ambiente livre de qualquer tipo de discriminação ou assédio. Promovemos um ambiente acolhedor e solidário, onde a integridade, o respeito, a cooperação, a diversidade e a inclusão são valores que efetivamente fazem parte da nossa forma de estar.

Os canais implementados estimulam e dão espaço a que exista um clima de comunicação fluida e honesta.

Os reportes podem ser comunicados por escrito ou oralmente e serão tratados com estrita confidencialidade e com total independência, em conformidade com a Lei e com as disposições internas aplicáveis. Não serão toleradas retaliações contra reportes feitos de boa-fé.

Os reportes de preocupações de condutas incorretas realizadas através destes canais devem ser adequadamente detalhados na descrição da circunstância das práticas ou condutas consideradas, de boa-fé, inadequadas ou inconsistentes.

Comprometemo-nos a tratar os temas com total independência, confidencialidade e discrição.

Os canais de reporte de preocupações foram divulgados através de notícias dirigidas a todos os Colaboradores e Parceiros nos Portais internos. Foram também criadas páginas dedicadas com a identificação de todos os canais e informação sobre os procedimentos para reporte de preocupações quer nos portais internos, quer no site institucional.

## CÓDIGO DE CONDUTA

O nosso Código de Conduta pode ser consultado na nossa página institucional em tranquilidade.pt e constitui uma ferramenta essencial para o nosso dia-a-dia.

Neste documento encontram-se os Nossos Valores, pelo que é fundamental que todos aqueles (Colaboradores, Consultores, Fornecedores, Agentes) que se relacionam connosco tenham conhecimento e aceitem o mesmo. Deste modo, estaremos alinhados e conscientes das nossas responsabilidades e compromissos: atuar de acordo com os mais elevados padrões de ética e de excelência.

O Código não é exaustivo, pretende sim ser um conjunto orientador de princípios e de comportamentos a adotar e que deverá ser consultado sempre que exista alguma dúvida sobre que Conduta seguir.

A confiança que geramos baseia-se no profissionalismo e na ética empregue nas nossas tarefas, por isso é fundamental integrá-la, preservá-la e fortalecê-la nos nossos negócios.



## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# CONDUTA RESPONSÁVEL

## 98 Colaboradores formados no Código de Conduta em 2021

correspondem às entradas (onboarding), uma vez que a grande maioria dos colaboradores realizou o curso em 2020

## CÓDIGO DE BOA CONDUTA PARA A PREVENÇÃO E COMBATE AO ASSÉDIO NO TRABALHO

O Código de Boa Conduta para a prevenção e combate ao Assédio no Trabalho tem como objetivo ajudar na identificação de comportamentos suscetíveis de configurar assédio no trabalho, definir medidas de prevenção e de combate aos mesmos.

É um instrumento fundamental na resolução de questões éticas relacionadas com a prática de assédio moral e/ou sexual, garantindo a conformidade da Companhia com as normas legais existente, às quais está sujeita.

Com este Código, pretendemos reforçar a defesa dos valores da não discriminação e de combate ao assédio no trabalho, ao considerar o assédio no trabalho como uma violação ao conceito de trabalho digno.

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

### Comprometemo-nos a:

- / Incentivar as boas relações no ambiente de trabalho;
- / Promover um clima de diversidade e inclusão, respeitando a diferença e fazendo uma gestão adequada de conflitos;
- / Promover ações de formação e sensibilização sobre os temas da prevenção e combate ao assédio no trabalho;
- / A prestar apoio aos Colaboradores vítimas de assédio no trabalho;
- / A sinalizar, acompanhar e encaminhar todas as situações que indiciem a prática de assédio;
- / A tratar as denúncias de situações de assédio no trabalho e a instaurar procedimento disciplinar sempre que se encontrem preenchidos os pressupostos legais para o efeito.

Qualquer violação do Código por parte de um Colaborador poderá resultar em medidas disciplinares em conformidade com os regulamentos aplicáveis.

## CÓDIGO PARA FORNECEDORES

O Código Ético para Fornecedores do Grupo Generali reveste a máxima importância, pois dá a conhecer aos nossos fornecedores a nossa abordagem e o nosso comportamento perante temas de relevância social e ambiental, bem como as regras de conduta adotadas internamente.

Acreditamos que assim se atinge um correto alinhamento dos comportamentos que são esperados. Desta forma, estaremos todos a contribuir para um ambiente competitivo, leal e transparente.

Nos contratos que assinamos com os Nossos fornecedores incluímos uma cláusula que espelha estas preocupações e entendimentos.

Em caso de incumprimento dos princípios espelhados no Código, o Grupo Generali irá em primeiro lugar procurar uma solução junto do parceiro contratual através do diálogo. Se não for possível chegar a acordo, ou em caso de incumprimentos graves, o Grupo irá aplicar as sanções necessárias, que poderão incluir a rescisão do contrato



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

Temos vindo a assistir, na União Europeia, a um aumento significativo de regulamentação sobre sustentabilidade financeira.

A crescente preocupação na promoção do crescimento do financiamento sustentável regulado, tem a sua génese no Acordo de Paris, que entrou em vigor em 4 de novembro de 2016 e que procurou reforçar a resposta às alterações climáticas, nomeadamente tornando os fluxos financeiros coerentes com uma trajetória em direção a um desenvolvimento com baixas emissões de gases com efeito de estufa e resiliente às alterações climáticas.

A fim de alcançar os objetivos do Acordo de Paris e reduzir significativamente os riscos e os impactos das alterações climáticas, é necessário que todos os operadores de mercado estejam cientes das obrigações e as acolham nas suas atividades.

O nosso compromisso com a Sustentabilidade já tem larga história. Ao longo dos anos, o Grupo Generali aderiu a diversas iniciativas, tais como:

- / Global Compact (2007);
- / Principles for Responsible Investment (2011);
- / Principles for Sustainable Insurance (2014);
- / Paris Pledge for Action (2015).

A Companhia criou grupos de trabalho transversais, aderiu a organizações externas com foco na sustentabilidade, tudo em prol do nosso compromisso de integrar a sustentabilidade no nosso dia-a-dia, não descurando a preocupação com os nossos colaboradores, agentes, clientes e restantes stakeholders.

Contribuímos para a proteção do meio ambiente e das futuras gerações, refletindo-se na nossa ambição de ser um Parceiro para a Vida.

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
MUNIDADE ▶

NOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ORDAGEM  
RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
ÍNDICES ▶

INDICADORES ▶

Temos implementada uma Política de Supervisão e Governação de produtos (POG) na qual se encontram considerados os riscos em matéria de sustentabilidade, designadamente os riscos que podem advir de um acontecimento de natureza ambiental, social ou de governação (fatores ESG), no que respeita ao desenvolvimento de produtos de investimento com base em seguros (IBIP).

As preferências ESG referem-se ao interesse de um cliente não apenas pelo desempenho financeiro de um investimento, mas também pelo seu impacto social, quando o cliente prefere financiar atividades económicas/emissores com uma boa governação e uma gestão sustentável dos aspetos ambientais e sociais. Em particular:

**E - MEIO AMBIENTE:** preferência por investir em atividades económicas que contribuam para um objetivo ambiental, como mitigação ou adaptação às mudanças climáticas, uso sustentável e proteção de recursos hídricos e marinhos, transição para uma economia circular, controle de prevenção da poluição e proteção e restauração de biodiversidade e ecossistemas.

**S - SOCIAL:** preferência por investir em atividades económicas que contribuam substancialmente para um objetivo social, como combater a desigualdade, promover a coesão social e a resiliência da sociedade a eventos extremos, melhorar as relações de trabalho, desenvolver o capital humano ou favorecer a inclusão de comunidades desfavorecidas.

**G - GOVERNAÇÃO:** preferência por investir em atividades económicas que respeitem as boas práticas de governação, como estruturas de gestão sólidas, ética empresarial forte, remuneração adequada para os funcionários relevantes e conformidade tributária.

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# POLÍTICA DE SUPERVISÃO E GOVERNAÇÃO DE PRODUTOS



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## COMBATE À CORRUPÇÃO

O crime da corrupção acarreta graves consequências, quer para a sociedade quer para a economia. Os seus efeitos têm um alcance enorme, pois podem prejudicar a estabilidade política, social e económica e, em última análise, a segurança, a democracia, a cidadania, a igualdade social e a proteção da sociedade como um todo. Por este motivo, assumimos uma política de tolerância zero no combate à corrupção, suborno ou extorsão, a qual se reflete no nosso Código de Conduta e na nossa Política específica para este tema.

Paralelamente, existe um conjunto de medidas assentes nos seguintes vetores essenciais:

- / Modelo de Governo e Compromisso do órgão de gestão
- / Avaliação dos riscos, sua monitorização e revisão
- / Políticas e procedimentos
- / Linhas de reporte
- / Comunicação através de campanhas de divulgação e sensibilização e Formação
- / Avaliação Independente

Estamos comprometidos com a prossecução do nosso negócio de forma ética e transparente. A prevenção, deteção e denúncia de suborno ou corrupção é uma responsabilidade de todos nós, enquanto sociedade que rejeita este fenómeno.

## COMBATE AO BRANQUEAMENTO DE CAPITALS E AO FINANCIAMENTO DO TERRORISMO E CUMPRIMENTO DAS SANÇÕES INTERNACIONAIS

Também os crimes de branqueamento de capitais e de financiamento do terrorismo afetam gravemente a economia e a sociedade de uma forma muito severa. Ambos estão previstos na legislação quer nacional, quer europeia e o Grupo Generali é coerente com a mesma.

Temos implementadas políticas que apoiam os nossos Colaboradores, especialmente aqueles que desempenham funções relevantes nestes temas, a

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# COMBATE À CORRUÇÃO E AO CRIME FINANCEIRO

detetar e a prevenir estas práticas, bem como a agir em casos de necessidade de reporte às autoridades competentes.

A prevenção deste tipo de crimes é para nós prioritária, por isso monitorizamos, numa abordagem baseada no risco (risk based approach) os riscos que poderemos encarar e a forma como os poderemos gerir.

Também em relação aos regimes das Sanções Internacionais, seguimos-os criteriosamente e estamos plenamente comprometidos com os requisitos aplicáveis. Com vista a mitigar o risco de incumprimento das Sanções Internacionais, são adotados procedimentos internos de controlo, assim como a inclusão de cláusulas específicas nos nossos documentos contratuais.

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

A Generali garante o cumprimento da legislação sobre proteção de dados pessoais, mas o respeito pelos direitos de que os Clientes e outros interessados são titulares, em particular quanto ao tratamento dos seus dados pessoais, continua a constituir a nossa prioridade.

Também outros titulares de dados pessoais que mantenham uma relação com a Generali, como Colaboradores ou Fornecedores, ou outras pessoas com quem, ainda que ocasionalmente, a Generali possa interagir (visitantes do seu sítio de internet institucional, destinatários de campanhas promocionais), devem esperar da Generali um elevado nível de proteção e respeito pelos seus direitos quanto ao tratamento dos dados pessoais.

Neste contexto, a Generali, atualiza as suas políticas e os seus procedimentos em variadas áreas, como seja:

- / na celebração e gestão de contrato de seguro;
- / na gestão e/ou liquidação de sinistros, nomeadamente em caso de resseguro e cosseguro;
- / na revisão de processos existentes com tratamento de dados pessoais independentemente da anterior entidade responsável;
- / na revisão das componentes tecnológicas de suporte ao negócio e respetivo processo de atualização e migração de bases de dados.

A Generali, adotou ainda um conjunto de medidas técnicas e organizativas que vai igualmente atualizando e cujo objetivo é garantir um elevado grau de proteção e respeito pela legislação aplicável em matéria de proteção de dados pessoais

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# PROTEÇÃO DE DADOS



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## RISCOS EMERGENTES

Os riscos emergentes podem ser definidos como alterações possíveis no perfil de risco atual devido à ocorrência de eventos futuros cujos impactos são desconhecidos ou altamente incertos.

Como parte integrante do sistema de gestão de risco estamos atentos ao mundo que nos rodeia e por isso reconhecemos que o mundo está em constante mudança devido a um conjunto de fatores externos ou internos.

Com base, no princípio basilar anterior torna-se importante reconhecer esses fatores por forma a garantirmos o sucesso contínuo do nosso negócio e a proteção dos nossos clientes e parceiros.

O processo de adaptação aos riscos emergentes pode incluir alterações às características e à tipologia de produtos atuais, alterações nos sistemas de Sistemas de Informação (IT), a criação de novos limites de risco. No fundo pode significar uma alteração substancial na nossa estratégia de risco e no nosso negócio.

Os riscos emergentes podem ser considerados, avaliados e reportados através de uma análise 'PESTLE' (Political, Economic, Social, Technological, Legal and Environmental). Através desta análise é possível avaliar os potenciais riscos emergentes através de seis macro e micro-chaves económicas.

Durante o ano 2021 a Generali Seguros identificou os seguintes riscos emergentes que podem ser classificados de acordo com o enquadramento PESTLE e classificados de acordo com a sua severidade.

Estamos neste momento a trabalhar em várias medidas de mitigação por forma a estarmos mais bem preparados para a ocorrência destes eventos. No caso do risco pandémico, suportado em todos os impactos e medidas de mitigação decorrentes da Covid-19.

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# GESTÃO DE RISCOS

## PANDEMIA E RESISTÊNCIA ANTIMICROBIANO (CATEGORIA: SOCIAL)

O surgimento da pandemia Covid-19 revelou que a velocidade e alastramento de uma pandemia é uma realidade e um elevado risco a vários níveis: saúde, social, económico e financeiro.

Existe uma grande complexidade para as seguradoras preverem a totalidade das consequências da pandemia Covid-19. No entanto, é possível verificar através da análise de dados históricos o aumento do número e da diversidade de eventos epidémicos ao longo dos anos.

É assim expectável que esta tendência se mantenha com um mundo cada vez mais conectado e que tenha impactos muito significativos nos negócios das empresas. A pandemia recente demonstrou que o risco pandémico é um risco muito relevante e com impactos muitos significativos a vários níveis.

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶



## DIGITALIZAÇÃO (CATEGORIA: TECNOLÓGICA)

A tendência do aumento no volume e variedade de dados relevantes geridos e a expectativa dos clientes relativamente ao aumento da experiência digital e personalizada colocam um desafio no cumprimento dos requisitos relativamente à nova forma de interagir com diferentes entidades na troca de dados, aumentando a pressão regulamentar e dos clientes relativamente à proteção dos seus dados.

O mundo está cada vez mais conectado e, conseqüentemente, a disrupção tecnológica causa uma descontinuidade imediata no negócio e nas operações, com perdas financeiras imediatas e danos reputacionais.

Por outro lado, esta dependência cibernética aumenta o risco de ciberataques que podem gerar responsabilidades ao nível da responsabilidade civil e perdas na recuperação dos dados perdidos. Os seguros podem ter um papel fundamental na proteção os seus clientes na sequência de um ciberataque ou de uma ameaça digital através da compensação financeira pelas perdas geradas.

## ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS E DESASTRES NATURAIS (CATEGORIA: AMBIENTAL)

Terramotos, fogos, inundações e tempestades extremas podem devastar comunidades e levar a uma recuperação que pode levar vários meses ou anos. O setor segurador é especialista a segurar estes riscos estando constantemente a melhorar as suas ferramentas procurando garantir que consegue gerir os mesmos e suportar os clientes quando o pior acontece.

No entanto, é expectável que estes eventos extremos se tornem cada vez mais comuns e intensos, o que traz desafios ao setor segurador, nomeadamente na adaptação de soluções de transferência de risco, nas políticas de resseguro assim como no desenvolvimento da prevenção.

## DESENVOLVIMENTO DA ESTRUTURA DE NEGÓCIO (CATEGORIA: ECONÓMICA)

A generalização do smart working, a aceleração da digitalização e novas formas de trabalhar geram alguns desafios na transição para o mundo digital, tais como não ser capaz de alavancar as novas tecnologias assim como ter falta de pessoal qualificado, expondo a companhia a riscos operacionais, estratégicos e reputacionais.

Neste sentido torna-se de extrema importância a nossa aposta continua e o o investimento no capital humano e na sua requalificação, assim como o foco na sua saúde e bem-estar.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

A gestão dos investimentos por parte de um Investidor Institucional como a Generali é, cada vez mais, considerada uma forma de causar impacto na economia real, permitindo influenciar em práticas de bom governo, de proteção ambiental, assim como de proteção dos direitos humanos. A Generali Seguros S.A. segue na gestão do seu portfólio de investimentos a estratégia e as políticas definidas pelo Grupo Generali no sentido do investimento responsável.

Como estratégia para os investimentos responsáveis, o Grupo definiu quatro pilares, procurando a integração dos fatores ESG (Ambiente, Social e Governança) nos investimentos e o retorno financeiro dos mesmos. Graficamente, a pirâmide abaixo permite visualizar essa mesma estratégia.



## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# INVESTIMENTOS SUSTENTÁVEIS



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## POLÍTICAS DE EXCLUSÃO

Para além da tradicional análise técnica de risco/benefício, o Grupo não investe em empresas que não adiram aos seus princípios, nomeadamente investimentos expostos a riscos ESG e que possam infringir os princípios do Pacto Global das Nações Unidas, como por exemplo empresas que violem os direitos dos trabalhadores ou que possam causar danos sérios ao meio ambiente.

Foram elaborados critérios e sistemas e abordagens para identificar, avaliar e monitorizar os investimentos mais expostos aos riscos ambientais, sociais e de governação (ESG). Especificamente, o Responsible Investment Group Guideline que se aplica também a todos os investimentos diretos das seguradoras do Grupo.

De referir que relativamente ao sector do carvão, em 2021, foi adotada uma nova política de exclusão. O objetivo é gradualmente sair de investimentos neste sector até 2030 para os países da OCDE e até 2040 para o resto do mundo.

O processo de investimento responsável inclui a identificação de riscos ESG decorrente de investimentos realizados e a sua contínua monitorização. Com base numa avaliação interna, as empresas são colocadas na Restricted List ou na Watch List. A inclusão de uma empresa na Restricted List implica a proibição de novos investimentos na empresa e aconselha ao desinvestimento nas suas ações e obrigações. No que diz respeito à Watch List, as ações vão desde o acompanhamento próximo dos aspetos controversos até ao envolvimento direto na empresa em questão, de forma a incentivá-la a agir responsabilmente.

## INVESTIMENTOS COM CRITÉRIOS ESG

Na sequência da entrada em vigor do Regulamento EU 2019/2088 sobre a transparência das divulgações ao mercado em matéria de sustentabilidade (Sustainable Finance Disclosure Regulation ou SFDR), foram avaliados os investimentos do Grupo, tendo-se identificado aqueles que promovem aspetos ambientais ou sociais e que investem em empresas com boas práticas de governo (art.8 SFDR) e aquelas que têm como objetivo o desenvolvimento sustentável (art.9 SFDR).

- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O ▶
- DESENVOLVIMENTO ▶
- SUSENTAVEL ▶
- NEGÓCIO ▶
- RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO ▶
- PARA A VIDA ▶
- VIVER A ▶
- COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO ▶
- E FUTURO ▶
- ABORDAGEM ▶
- AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE ▶
- CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

### GRUPO GENERALI 2021

**Titular de Ativos com mandatos art.8/9**

**69,2 bilhões de euros**

**Gestora de Ativos com mandatos art.8/9**

**7,9 bilhões de euros**

## INVESTIMENTOS TEMÁTICOS

A estratégia passa por contemplar investimentos em empresas, projetos ou fundos de investimento ligados à melhoria das condições de vida das comunidades ou à redução ou mitigação dos riscos dos efeitos das alterações climáticas. O objetivo é gerar impacto social e ambiental, contribuindo desta forma para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável traçados pelas Nações Unidas, mantendo, todavia, um retorno financeiro adequado.

Em 2019, o Grupo Generali estabeleceu uma meta de 4,5 mil milhões de euros em investimentos verdes e sustentáveis até 2021, com especial enfoque em investimentos em obrigações corporate e governamentais em infraestruturas. A meta foi atingida e superada com um ano de antecedência. Em 2021, o Grupo renovou o seu compromisso estabelecendo uma nova meta: entre 8,5 e 9,5 mil milhões de euros de novos investimentos verdes e sustentáveis entre 2021 e 2025.

A Generali Seguros (Portugal) tem dado o seu contributo para este objetivo. No final de 2021 registou 32 milhões de euros do seu portfolio em investimentos verdes e sustentáveis, em termos brutos mais 19 milhões de euros do que no ano anterior.

**INVESTIMENTOS  
EM 'GREEN AND  
SUSTAINABLE BONDS'  
(EM 31/12/2021):**

32 275 000 euros

**COMPRAS  
BRUTAS  
EM 2021:**

19 063 000 euros

**COMPRAS  
LÍQUIDAS  
EM 2021:**

8 034 000 euros



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## “PROPRIETÁRIO” ATIVO

Com o propósito mais amplo de orientar o papel do Grupo como proprietário ativo, foi definida uma estrutura abrangente, regulamentada por um documento com as Diretrizes do Grupo Generali.

O ‘Active Ownership Group Guideline’ define os princípios, as atividades essenciais e as responsabilidades que norteiam o papel do Grupo como “proprietário” ativo. Nessa função, o Grupo, como investidor institucional de longo prazo e proprietário de ativos, tem um dever fiduciário para com os stakeholders, devendo ser ativo (i) monitorizando os emissores (ii) responsabilizando-os nas questões financeiras e não-financeiras incluindo os temas ligados aos ESG (iii) votando em Assembleias Gerais e (iv) exercendo os demais direitos inerentes à detenção dos valores mobiliários, nomeadamente para a divulgação das melhores práticas em termos de governo, ética profissional, coesão social, proteção ambiental, digitalização e resposta a cenários de riscos sistémicos e de mercado.

É usado o diálogo e o envolvimento com as empresas emissoras como alavanca para influenciar a prática corporativa em questões ESG, para incentivar mais divulgação ESG ou para obter maior entendimento sobre a gestão de risco ESG nos investimentos. Nas reuniões marcadas pela presença da Generali, são apoiadas as propostas que visem as melhores práticas de governo, ética empresarial, coesão social e proteção ambiental.

Em 2021, o Grupo participou em 1710 Assembleias (das quais 1073 relacionadas com investimentos diretos de Seguradoras do Grupo) e votou 20.795 resoluções, 12% contra, materializando assim o compromisso de apoiar as melhores práticas de sustentabilidade.

## DESCARBONIZAÇÃO DO PORTFOLIO DE INVESTIMENTOS

Em junho de 2021, o Grupo Generali redefiniu a sua estratégia sobre as Alterações Climáticas através de uma nota técnica. O Grupo está, gradualmente, a integrar a pegada de carbono nas suas opções de investimento. A pegada de carbono pode ser medida por meio de diversas métricas com diferentes métodos de cálculo, por isso está a proceder-se à monitorização das variáveis indicadas no quadro por forma a obter uma visão abrangente da implementação da nossa estratégia de gestão das alterações climáticas.

PERÍMETRO E MÉTRICAS	2019	2020	2021	2019-2021 variação
Investimentos diretos em ações cotadas e obrigações de empresas (em milhares de milhões de euros)	117.5	111.5	110.4	
Pegada carbónica-emissões de carbono por valor investido (tCO <sub>2</sub> e/min investido)	182	145	128	-29.6%
Total de emissões de carbono (tCO <sub>2</sub> e)	15.36	11.96	10.36	-32.6%
Intensidade dos gases de efeito de estufa (tCO <sub>2</sub> e/€ min de vendas)	276.9	243	241	-12.9%
Taxa de cobertura	71%	74%	73%	1,9p.p.

- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O ▶
- DESENVOLVIMENTO ▶
- SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO ▶
- RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO ▶
- PARA A VIDA ▶
- VIVER A ▶
- COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO ▶
- E FUTURO ▶
- ABORDAGEM ▶
- AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE ▶
- CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

A ambição do Grupo é uma descarbonização progressiva da carteira de investimentos diretos para alcançar a neutralidade carbónica em 2050, dando assim cumprimento aos acordos de Paris e aos compromissos da Net-Zero Owner Alliance.

Para atingir esta meta, o Grupo definiu objetivos de curto prazo para o período 2019-2024:

- / redução da pegada carbónica do portfólio corporativo em 25%;
- / alinhar o portfólio imobiliário com um caminho de descarbonização consistente que considere o limite de aquecimento global de 1,5



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

DEFINIÇÃO	TOTAL DE EMISSÕES DE CARBONO	PEGADA CARBÓNICA: EMISSÕES CARBÓNICAS POR VALOR INVESTIDO	INTENSIDADE DOS GASES DE EFEITO DE ESTUFA (INTENSIDADE MÉDIA DE CARBONO)
	Mede o total anual absoluto de gases de efeito de estufa, cuja responsabilidade é do portfólio.	Mede o total anual absoluto de emissões de gases de efeito de estufa cuja responsabilidade é do portfólio por Mln EUR investido	Mede a exposição do portfólio a empresas “carbono intensivas”.
UNIDADES	Tons CO <sub>2</sub> e	Tonelada CO <sub>2</sub> e/Mln EUR investido	Tonelada CO <sub>2</sub> e/ Mln EUR vendas

Atuamos num mundo global, cada vez mais complexo, onde estabelecer relações duradoras e mutuamente benéficas com fornecedores qualificados é crucial para manter padrões de qualidade elevados nos nossos produtos e serviços e garantir vantagens competitivas.

A Generali Seguros visa trabalhar com fornecedores que partilhem os seus valores, comprometidos em promover o respeito pelos direitos humanos, pelo ambiente, pelas condições de trabalho dignas, pela segurança, pela qualidade e quaisquer outros fatores que contribuam para o bem-estar geral da sociedade.

Procuramos criar parcerias baseadas no mérito e na ética profissional. Por esse motivo escolhemos parceiros comprometidos com os valores da honestidade, do respeito, da responsabilidade e da excelência, padrão que aplicamos a nós próprios.

As relações com fornecedores são regidas por:

- / Código de Ética para Fornecedores do Grupo Generali
- / Políticas e Guidelines do Grupo Generali, estreitamente vinculada ao Código de Conduta do Grupo, destinada a assegurar a gestão adequada das atividades terceirizadas e futuras.

Para gerar uma vantagem competitiva duradoura em termos de serviço, qualidade, custos e responsabilidade social e ambiental, fomentamos um sistema eficiente dos processos de compra.

Identificamos e utilizamos os fornecedores mais confiáveis que podem fornecer serviços de alta qualidade, com procedimentos claros, precisos e não discriminatórios, utilizando critérios objetivos, bem documentados e transparentes.

## GESTÃO DE RISCO NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

### Avaliação da robustez financeira da empresa no processo de qualificação

/ Para integrarem uma consulta, todos os fornecedores são previamente registados

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# RELAÇÃO COM FORNECEDORES



na plataforma de Procurement. No momento da sua criação é identificada a sua classificação de risco; para os fornecedores com maior dimensão, é necessário um processo de qualificação mais extenso e abrangente, incluído a necessidade de resposta a uma série de questionários e envio de documentos, processo este efetuado no âmbito da plataforma;

/ Para além deste processo efetuado na plataforma, também é solicitado ao fornecedor o envio da ficha de fornecedor (suporte ao registo em SAP) que inclui elementos sobre a sua sustentabilidade económica. Em complemento é também solicitada a evidência de que não tem situações de incumprimento fiscal e com a segurança social.

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## Monitorização da situação económica do fornecedor

/ A situação económica do fornecedor é avaliada no momento da sua criação, nos momentos de novas consultas e renovações e, de uma forma sistemática a situação do fornecedor é sujeita a screening no âmbito da plataforma utilizada pela Companhia, que inclui para além de questões económicas, questões com eventuais atividades ilegais, sanções e outras, sendo que sempre que é identificada alguma situação de risco, é efetuado o respetivo despiste e são tomadas as medidas de mitigação se necessárias.

## Qualificação e avaliação de propostas de fornecedores para serviços com risco em higiene e saúde no Trabalho (HSE), cibersegurança, RGPD e continuidade de negócio enquadrada nos riscos associados a cada processo de compra

/ No âmbito do processo de consulta e avaliação das respetivas propostas, são solicitados os elementos necessários para a avaliação dos mesmos. Em sede de adjudicação são assegurados em termos contratuais todos os elementos necessários, sendo os elementos validados pelas áreas responsáveis, nomeadamente Legal, Compliance, Data Protection Office e Security Officer.

## Integração de critérios e requisitos de melhores práticas ESG (Ambiente, Social e Governação) em processos de seleção, desenvolvimento e pedidos de fornecedores

/ No âmbito das consultas, para efeitos de avaliação de propostas, a matriz de avaliação incorpora como itens de avaliação a sustentabilidade social e ambiental, tendo por base os elementos fornecidos pelos fornecedores sobre a sua atuação e posicionamento nessas áreas;

/ Para os processos de maior dimensão, faz parte do processo de avaliação de fornecedores / propostas, a classificação / rating no âmbito da sustentabilidade, classificação essa efetuada por entidade independente e qualificada. Esta prática é seguida de acordo com o definido em sede do Procurement do nosso Grupo.

## Realização de questionários

/ Internamente, nos contratos relevantes pela natureza e dimensão de prestação de serviços e nos contratos de outsourcing são realizadas reuniões regulares de acompanhamento pelas áreas responsáveis pelos contratos.

/ Para a criação do fornecedor e sempre que é necessário atualizar dados e / ou efetuar nova consulta ou adjudicação, é solicitado o preenchimento de Boletim de Identificação do Fornecedor;

/ Para os fornecedores com classificação FULL, através da plataforma é solicitado aos fornecedores a atualização dos elementos através de questionários específicos.

**733**  
FORNECEDORES

**92%**  
FORNECEDORES  
NACIONAIS

**8.000**  
Nº DE FATURAS  
(NÃO INCLUI SINISTROS)

**738**  
PRESTADORES  
DE SAÚDE

**385**  
OFICINAS  
RECOMENDADAS

**250**  
PERITOS  
(INDIVIDUAIS E  
COLETIVOS)



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶



Queremos apoiar a transição para uma economia e sociedade mais sustentáveis e, por isso adotamos princípios claros para orientar as nossas decisões no sentido de:

- / limitar o aquecimento global e desenvolver estratégias de adaptação às mudanças climáticas;
- / reduzir o consumo de recursos naturais e promover a economia circular;
- / proteger e restaurar a biodiversidade;
- / prevenir a poluição.

Colocamos esses princípios em prática monitorando e reduzindo o impacto das atividades operacionais, e os impactos indiretos relacionados aos nossos produtos, serviços e investimentos.

Trabalhamos continuamente para reduzir os impactos ambientais gerados pelo nosso negócio. Sabemos que os recursos não são infindáveis e promovemos medidas de diminuição de consumos, uso de materiais mais sustentáveis, eficiência energética, redução de papel, separação de resíduos e corte nos descartáveis.

Consumo energia (eletricidade):

**1.565.685 Kwh**

**-12,5%**  
(face a 2020)

**90%**

Compra de energia renovável

**+ 180%**  
(face a 2020)

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

# RESPOSTA AOS DESAFIOS AMBIENTAIS

	2021	2020	
Emissões (Âmbito 1 + Âmbito2)	1459	1619	-10%

- / Edifícios com iluminação de baixo consumo, toneiras com temporizador e climatização
- / Redução de viagens de trabalho, com mais reuniões e formação online
- / Reciclagem e gestão de resíduos
- / Reciclagem de plástico e papel
- / Redução de material descartável
- / Reciclagem e eliminação de material informático e toner efetuado por prestadores que asseguram o correto tratamento e o cumprimento da legislação para o efeito.



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## PAPEL ZERO

O nosso Projeto Papel Zero tem um objetivo muito claro: diminuir o nosso consumo de papel para poupar custos e principalmente o ambiente. Desde o início do Projeto em 2018, já poupámos cerca de 7 toneladas de papel.

Com o assumir deste compromisso, somos responsáveis por cortar no papel, mas também por transformar os nossos processos, digitalizar e desmaterializar, para sermos mais eficientes.



## CAMPANHA COMER MAIS SUSTENTÁVEL CUSTA MENOS

Nos últimos meses de 2021, lançámos nas nossas cantinas a campanha “Comer sustentável custa menos” para promover a redução de consumo de alimentos animais.

Em apenas 2 meses passámos de menos de 5% para 20% de opção de prato vegetariano. Os bons resultados ditaram a continuação da campanha em 2022.

Temos um papel na sensibilização e ação para escolhas alimentares mais sustentáveis. A produção animal intensiva e a agricultura e transporte de alimentos têm um impacto muito negativo para o ambiente e cada um dos nossos colaboradores pode fazer a diferença ao reduzir o consumo animal e aumentar o consumo de produtos locais e de época.

VERDES  
COM TRANQUILIDADE

COMER MAIS  
SUSTENTÁVEL  
CUSTA MENOS



DESCONTO  
EM REFEIÇÕES VEGETARIANAS

A PROMOÇÃO CONTINUA NAS NOSSAS CANTINAS



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## VÍDEO-PERITAGENS

Continuamos a promover o serviço de vídeo-peritagem Automóvel e Casa, o qual permite simplificar e acelerar o processo de sinistro, com menor pegada ambiental. O cliente só precisa de um smartphone, recebe sms com um link e acede, sem precisar de qualquer aplicação.



EM  
2021

SINISTROS  
AUTO:  
vídeo peritagem  
representou

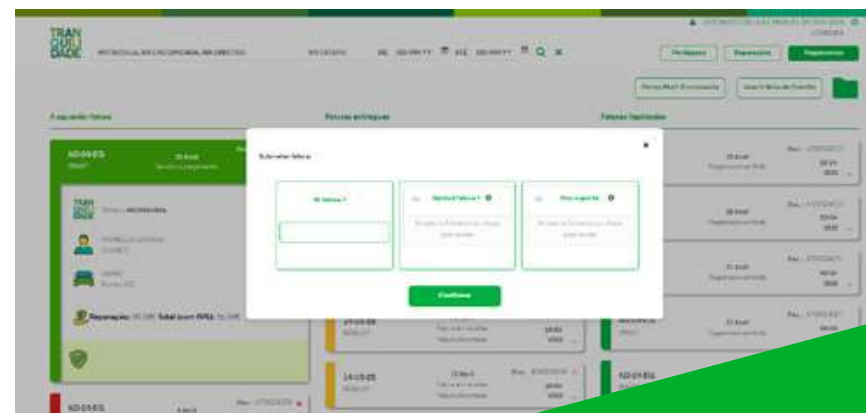
12%

SINISTROS  
CASA:  
vídeo peritagem  
representou

9%

## AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS

Continuidade da forte atuação na digitalização dos processos comerciais e lançamento do programa focado nos processos operacionais com a ambição de aumentar em 4x o índice de automação.



## PORTAL DE PRESTADORES COM SUBMISSÃO DE FATURAS

A partir de 2021, os nossos prestadores na área de sinistros passaram a poder submeter as faturas no Portal de Prestadores, simplificado o processo e reduzindo o impacto ambiental.

**28.801**  
faturas colocadas  
no Portal e que  
por isso não foram  
impressas e enviadas  
para a Companhia



SOBRE NÓS

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL

PARCEIRO  
PARA A VIDA

VIVER A  
COMUNIDADE

INOVAÇÃO  
E FUTURO

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS

INDICADORES





- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## PARCEIRO PARA A VIDA

# DAS NOSSAS PESSOAS

## PRINCIPAIS INDICADORES - 2021



**1.081**  
PROFISSIONAIS



**47%**



**53%**



**1** GERAÇÃO Z  
(18 aos 22 anos)

**176** MILLENNIALS  
(23 aos 38 anos)

**739** GERAÇÃO X  
(39 aos 54 anos)

**165** B-BOOMERS  
(55 aos 73 anos)



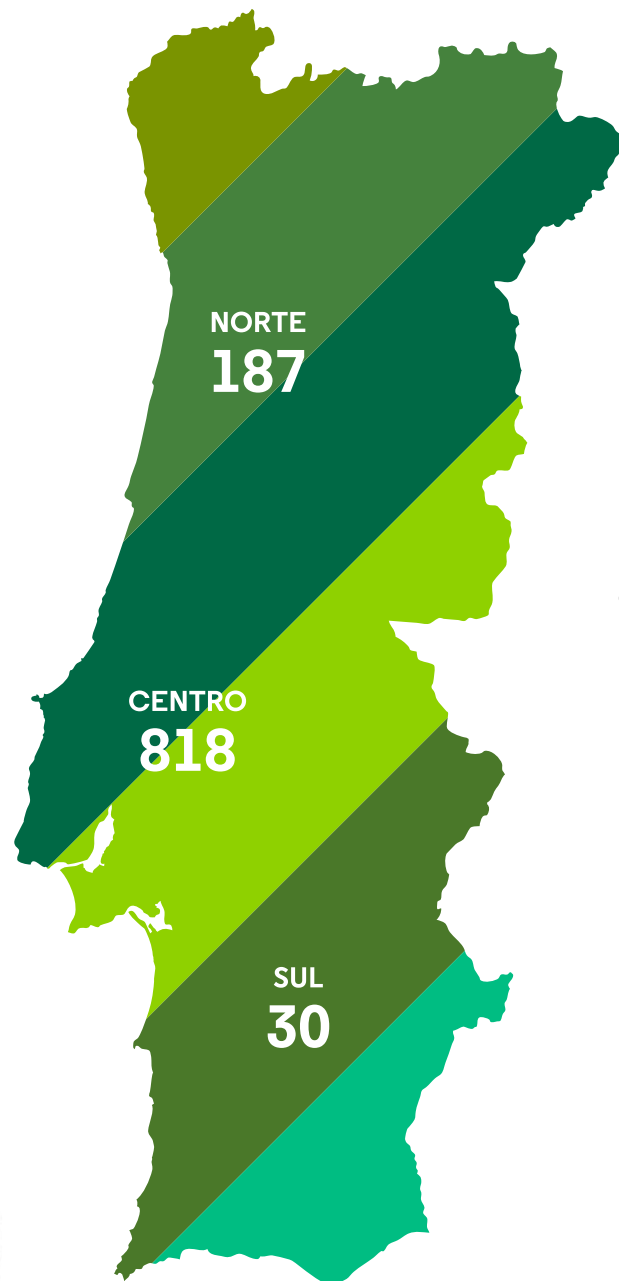
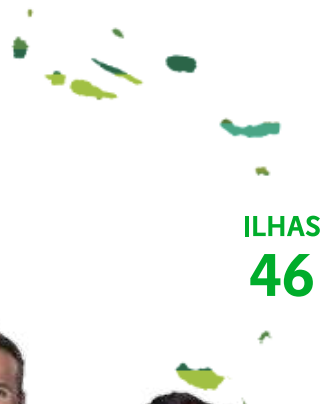
**49**  
NOVOS  
PROFISSIONAIS



**53.362**  
HORAS DE  
FORMAÇÃO  
(mulheres 24 050,  
homens 29 312)

## AS NOSSAS PESSOAS

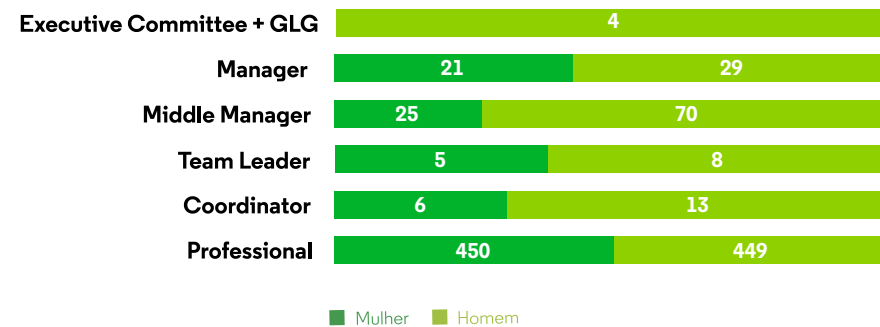
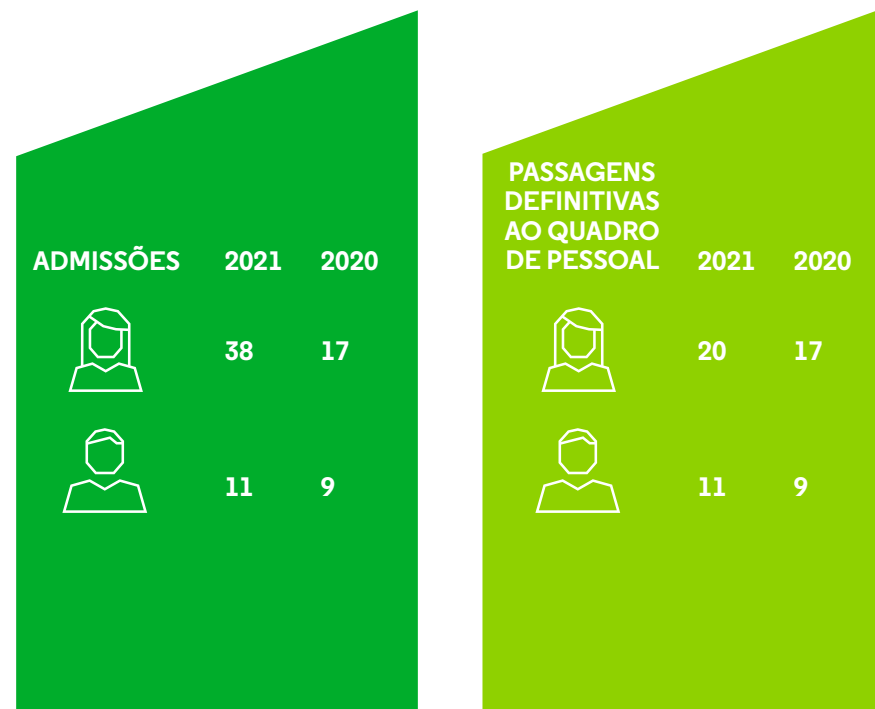
A nossa equipa é atualmente constituída por 1.081 colaboradores distribuídos geograficamente pela totalidade do território português, incluindo as ilhas da Madeira e dos Açores.



- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## GÉNERO

No ano de 2021, a nossa força de trabalho continua diversificada, com melhor equilíbrio de género, confirmando-se o aumento de admissões e passagens ao quadro efetivo de mulheres. Houve um aumento no número absoluto de admissões e passagens ao quadro, especialmente de mulheres.

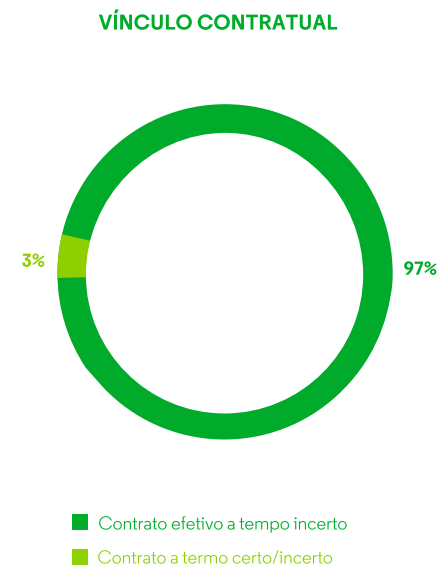
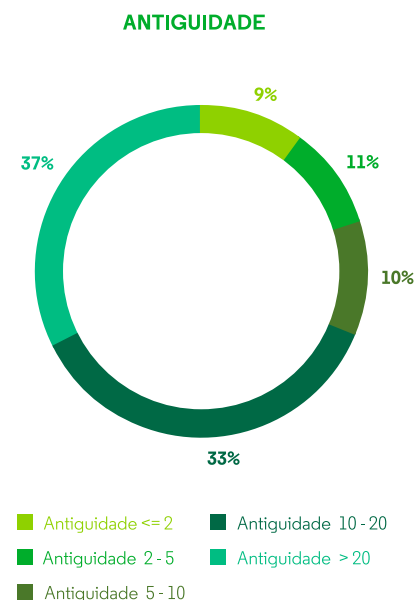
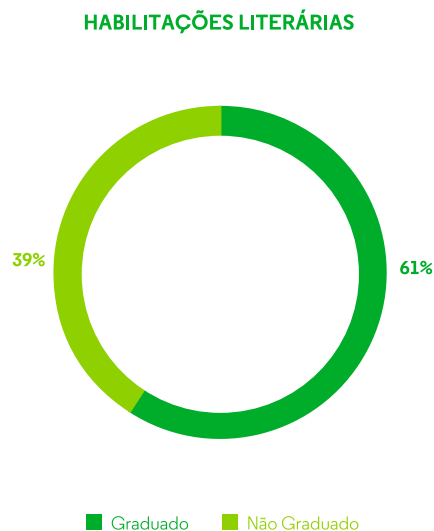
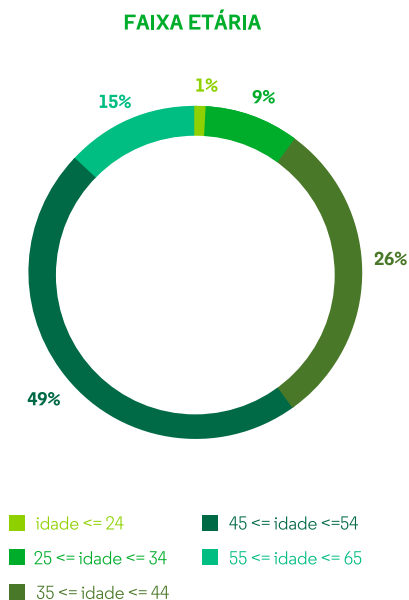


- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## HABILITAÇÕES LITERÁRIAS E FAIXA ETÁRIA

No que diz respeito às habilitações literárias, temos uma força de trabalho experiente e qualificada.

Ao longo dos últimos quatro anos, com a entrada de um crescente grupo de jovens talentos, houve uma redução da idade média dos colaboradores. Este natural ajuste favorece a heterogeneidade e diversidade de conhecimentos e experiências e incentiva a população mais adulta na aquisição de novos conhecimentos quer interna, quer externamente, através de pedidos de formação diversificada.



## VÍNCULO CONTRATUAL E ANTIGUIDADE

Em 2021, 97% da nossa Equipa tinha um contrato sem termo e 82% encontrava-se na Companhia há mais de 5 anos, indicadores que reforçam a nossa política de privilegiar relações de trabalho estáveis e duradouras, de forma a reter e promover o desenvolvimento no nosso capital humano.



## ESTRATÉGIA DE RECURSOS HUMANOS

A **People Strategy** do Grupo Generali faz parte da estratégia de negócio e está suportada em **5 pilares**: Cultura, Competências, Líderes, Excelência e Organização.

Com base nestes pilares, queremos construir uma estratégia de Recursos Humanos (RH) que contribua para reforçar o nosso **Employer Branding**, envolvendo as nossas pessoas e criando valor para a nossa Comunidade.



### CULTURA

Promover uma cultura centrada no cliente, inclusiva e aberta.



### COMPETÊNCIAS

Construir e desenvolver as competências fundamentais para a era digital.



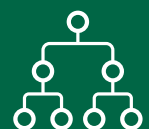
### LÍDERES

Cultivar líderes e talentos globais e diversificados.



### EXCELÊNCIA

Premiar a excelência e a criação de valor sustentável.



### ORGANIZAÇÃO

Tornar-se numa organização simples, ágil e eficiente.

Em 2021, tendo em conta essa ambição, definimos 4 prioridades de atuação que nos dessem uma direção clara e a abordagem correta para fazer a diferença no sucesso da nossa Companhia e na vida dos nossos clientes, de uma forma sustentável.

## AS NOSSAS PRIORIDADES ESTRATÉGICAS EM 2021

- 1 **Construir uma Companhia única (ONE COMPANY)**
- 2 **Promover engagement e empowerment**
- 3 **Fortalecer a nossa liderança e talentos**
- 4 **Construir uma organização ágil e com novas competências**



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO PARA A VIDA ▶

VIVER A COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO E FUTURO ▶

ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## EM 2021, DEMOS CONTINUIDADE À IMPLEMENTAÇÃO DE INICIATIVAS-CHAVE PARA O SUCESSO DO CRESCIMENTO DA COMPANHIA ALINHADOS COM A PEOPLE STRATEGY DO GRUPO GENERALI.

### PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

### INICIATIVA

### PRINCIPAIS INDICADORES

# 1

#### One Company, One single way of working

- / Manutenção do Meta4 e do PiWeb como ferramentas únicas
- / Negociação e construção de um IRCT (Instrumentos de Regulação Coletiva de Trabalho) para todos os colaboradores
- / Implementação e acompanhamento do regresso ao escritório em contexto pandémico
- / Cumprimento de adaptações legais/restrições de circulação em estado de emergência (Pandemia)
- / Organization Clarity – adoção da taxonomia de Job Families utilizada no grupo Generali
- / Revisão e monitorização do cálculo do indicador Organization Simplification Index (OSI)

- / 100% Universo Generali Seguros envolvido
- / Projetos concluídos em 9 ou menos meses
- / Suporte RH em conjunto com HCEvolution e Quadricard
- / 80% no indicador OSI no fim de 2021

#### Manutenção da Medicina Curativa e de uma linha dedicada de apoio psicológico no âmbito do contexto pandémico e do confinamento

- / Face à incerteza do contexto pandémico, a empresa decidiu manter o reforço nos serviços de medicina curativa e a linha de apoio psicológico ativa para todos os colaboradores.

- / 2 médicos dedicados a apoiar no processo de despiste de casos suspeitos de infeção por Covid-19 e acompanhamento subsequente
- / Manutenção de uma linha dedicada e independente para prestar apoio psicológico



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO PARA A VIDA ▶

VIVER A COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO E FUTURO ▶

ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

# 2

### INICIATIVA

#### Gestão Integrada de Performance (GIP)

Alinhada com as práticas e a estratégia de gestão de pessoas do Grupo Generali, a GIP é composta por:

/ **Balanced Scorecard** – permite avaliar um conjunto de indicadores de desempenho (KPIs), alinhados com a estratégia de negócio

/ **Avaliação de Desempenho** – permite avaliar o desempenho de acordo com os Lifetime Partner Behaviors(LTPB):

**Modelo 90º** (aplicado à generalidade dos colaboradores)

**Modelo 360º** (target específico de colaboradores que tem sido alargado anualmente)

/ **Desenvolvimento** – permite dar e receber feedback e ajudar a construir o respetivo Plano de Desenvolvimento Individual

É uma prioridade fundamental para sustentar a nossa Estratégia de Negócio e promover uma cultura de feedback meritocrática e transparente.

## PRINCIPAIS INDICADORES

**100%**

#### Colaboradores da Generali Seguros envolvidos em atividades de gestão de desempenho

Em 2021, 100% dos colaboradores participou de um programa que envolve: a definição de objetivos, a avaliação de desempenho, o feedback (90º e 360º) e planos de desenvolvimento individual.

**100%**

#### Novos colaboradores realizaram o curso e-learning de suporte ao processo GIP

Para melhor compreensão e envolvimento de todos de forma ativa na GIP, é disponibilizado a todos os colaboradores que entram um curso e-learning no We Learn, vários vídeos tutoriais e quick guide do workflow do processo, disponíveis na plataforma de apoio aos colaboradores “Os Nossos RH”.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO PARA A VIDA ▶

VIVER A COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO E FUTURO ▶

ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

# 3

## INICIATIVA

### Diversidade & Inclusão (D&I)

Com uma Estratégia e Ambição definida e um D&I Council que promove o seu desenvolvimento, a nível global e local, **a inclusão, como proteção da diversidade, faz parte de quem somos.**

O Grupo Generali acredita na importância de incorporar a D&I na agenda estratégica, sensibilizando e envolvendo as nossas pessoas neste propósito. Neste sentido, lançou em 2021 um projeto internacional, no qual Portugal participou e, cujo objetivo foi criar grupos de trabalho que identificassem iniciativas a serem trabalhadas por todos os países tendo em conta as nossas quatro prioridades nesta temática:

**Género | Gerações | Cultura | Inclusão**

### SÃO AS NOSSAS DIFERENÇAS QUE FAZEM A DIFERENÇA

#### O plano para 2022 continuará a estar focado em garantir:

/ A aceleração da presença de mulheres em posições de liderança: programas de flexibilidade, carreira e sucessão

/ A coexistência de diferentes gerações, fortalecendo o pipeline de jovens talentos: programa G-Talent (1ª edição lançada em 2021)

/ A criação de um ambiente flexível onde todos se sintam respeitados: Plano de Diversability e Smart Work



- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE RRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

# 3

## INICIATIVA

### Programa de Evolução Cultural

Em 2021 continuámos a nossa viagem de Evolução Cultural tendo sido um ano dedicado a iniciativas simples e inovadoras com vista a reforçar o caminho de evolução para uma equipa e cultura única, através da partilha de um ADN comum, tendo como base, os principais pilares LTPB e com foco no Engagement, Mobilization e Empowerment das nossas Pessoas

### Programas de Bem-Estar

Com o foco na sustentabilidade e na saúde mental em 2021, foram exploradas diversas temáticas como: Slow Living, Gestão das Emoções, Alimentação Sustentável, Parentalidade Consciente, etc.

## PRINCIPAIS INDICADORES

**+950**

Colaboradores participaram no programa Bem-Estar

**75%**

dos participantes recomenda a participação neste tipo de iniciativas



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO PARA A VIDA ▶

VIVER A COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO E FUTURO ▶

ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

# 3

## INICIATIVA

/ **Iniciativas de gamificação** (ex. perfil de arquétipos, quiz gamificado) com o objetivo de os Colaboradores desenvolverem o seu engagement, nas suas dimensões pessoais, e de auto-conhecimento, bem como interpessoais, da relação e no reforço de uma cultura de confiança, fatores característicos das organizações ágeis, e de alta performance.



/ **Get Together** com colaboradores e agentes (Encontro com Colaboradores, Convenção Comercial)

/ **Webinars LTPB (Lifetime Partners Behaviors) in Action** sobre os nossos comportamentos e ADN da Companhia

## PRINCIPAIS INDICADORES

**+456**

Colaboradores que participaram nas iniciativas de gamificação

**+5000**

Agentes e Colaboradores num formato digital

**3,5**

Satisfação global (escala 1 a 4)

**+679**

Colaboradores participaram nos Webinars sobre os LTPB e ADN da Companhia



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO PARA A VIDA ▶

VIVER A COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO E FUTURO ▶

ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

# 3

### INICIATIVA

/ Lançamento do **Generali Global Engagement Survey (GGES)** 2021 a todos os colaboradores da Generali Seguros



### FUTURE OWNERS Programa de Talento Júnior

Desenvolvimento do nosso talento júnior com elevado potencial para assumir novos desafios funcionais e com ambição de carreira internacional.

É um programa que visa favorecer o seu crescimento interno, através de envolvimento em iniciativas globais de desenvolvimento. Pretende-se criar a próxima geração de Líderes do Grupo.

## PRINCIPAIS INDICADORES

**92%**

Taxa de participação no GGES da Generali Seguros

**89**

Nível de Engagement dos colaboradores (escala 0-100)



- ☰
- ▶
- 
- SOBRE NÓS ▶
- 
- PROMOVER O ▶
- DESENVOLVIMENTO ▶
- SUSTENTAVEL —
- 
- NEGÓCIO ▶
- RESPONSÁVEL —
- 
- PARCEIRO ▶
- PARA A VIDA —
- 
- VIVER A ▶
- COMUNIDADE —
- 
- INOVAÇÃO ▶
- E FUTURO —
- 
- ABORDAGEM ▶
- AO RELATÓRIO —
- 
- TABELA DE ▶
- CORRESPONDÊNCIAS —
- 
- INDICADORES ▶
-

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

# 3

## INICIATIVA

### I'M A GEM LEADER Programa de Desenvolvimento dos Líderes Generali

Desenvolvimento de um programa de formação que pretendeu trabalhar os comportamentos de gestão de um líder Generali que impulsionarão a Companhia para uma transformação “Simpler, Smarter and Faster”.

Esta iniciativa incluiu o desenvolvimento de competências-chave para liderar e envolver equipas de alto desempenho em ambientes de trabalho híbridos, promovendo o seu ownership individual, empowerment e uma comunicação eficaz.

## PRINCIPAIS INDICADORES

### 120

#### Líderes formados

Participaram em sessões de formação sobre as competências de um líder Generali e os desafios de gerir pessoas em contexto híbrido

### 3,6

Satisfação global  
(escala 1 a 4)



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE RESPONSABILIDADES ▶
- INDICADORES ▶



## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

# 4

### INICIATIVA

#### Programa de Reskilling e Upskilling

Criado para capacitar todos os colaboradores com as novas competências empresariais, digitais e comportamentais necessárias para termos sucesso no nosso trabalho num mundo em constante mudança.

O colaborador tem acesso a uma oferta formativa vasta e em linha com as competências necessária para a sua função atual e/ou futura, nomeadamente:

- / Cursos disponíveis na plataforma de e-learning do Grupo (We Learn);
- / Mini mestrados sobre temas específicos técnicos do negócio;
- / Webinars com especialistas nacionais e internacionais sobre temas da atualidade (ex. Inteligência artificial e o mundo das empresas, O futuro dos Seguros, etc.)
- / Catálogo de cursos de e-learning Cornerstone sobre várias temáticas.

### PRINCIPAIS INDICADORES

#### 100%

Colaboradores formados  
Participaram em iniciativas de formação implementadas em 2021

#### 300 milhares de euros

Investimento em formação

#### 630

Colaboradores participaram em workshops sobre temas atuais de tendências e práticas de mercado

#### 27 horas

Média anual de horas de formação por colaborador

#### +20

Gurus internos especialistas envolvidos

#### +29

Parcerias com entidades externas  
(faculdades, consultoras, etc.)



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO ▶  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO ▶  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO ▶  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM ▶  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## VOLUNTARIADO

Cerca de 70 colaboradores e famílias participaram numa ação de limpeza de praia na zona de Troia-Comporta, realizada no dia 20 de novembro de 2021, durante a qual foram retirados 300 kg de lixo do areal.

Para além do objetivo alcançado, esta iniciativa de voluntariado ambiental também teve o propósito de sensibilização para o combate ao lixo marinho e de promover o convívio e colaboração entre as nossas pessoas.



## OS NOSSOS COLABORADORES ENTREGARAM À ASSOCIAÇÃO ALDEIAS DE CRIANÇAS SOS MEIA TONELADA DE BENS ALIMENTARES E PRODUTOS DE HIGIENE E LIMPEZA

No Natal foi dinamizada uma recolha de bens, em Lisboa e no Porto, para a Associação Aldeias de Crianças SOS e, apesar de muitos colaboradores estarem em trabalho remoto, conseguimos juntar 500 kg de bens alimentares e produtos de higiene e limpeza, os quais foram entregues na Aldeia SOS de Bicesse e na Aldeia SOS de Gulpilhares.



Todos dias trabalhamos para a nossa ambição de ser um Parceiro para a Vida dos nossos Clientes, cumprindo assim o nosso propósito de “possibilitar às pessoas moldar um futuro mais seguro, cuidando das suas vidas e dos seus sonhos”.

## Nº TOTAL DE CLIENTES

**1.925.000**  
(+1,5% FACE A 2020)

## ÍNDICE DE RETENÇÃO DE CLIENTES

**86%**

## O QUE SIGNIFICA PARA UM CLIENTE TER-NOS COMO PARCEIRO PARA A VIDA?



### EMPATIA NO CONTACTO

A nossa missão é garantir que a experiência humana e atenciosa é reconhecida em qualquer momento da jornada do cliente, em todos os canais e pontos de contacto, nos nossos documentos, nos nossos produtos, nas nossas atitudes. Entendemos as necessidades dos nossos clientes, e mantemos o contacto após a compra, resolvemos as solicitações dos nossos clientes.



### COMUNICAÇÃO SIMPLES E CLARA

Queremos escrever todos os nossos documentos no idioma B1, um nível que 80% da população portuguesa entende. A nossa linguagem, documentos e processos são claros, simples e transparentes. Explicamos ao cliente em que situações está coberto. Não há mais jargões ou frases complicadas.



### PRODUTOS E SERVIÇOS DIFERENCIADOS

O nosso objetivo é oferecer soluções personalizadas que ajudem os clientes, diariamente a tirar o melhor proveito das suas vidas. Incluímos serviços inovadores, como prevenção, proteção e assistência em todos os nossos produtos, utilizando a Internet das Coisas, dados e tecnologia. Fortalecemos o relacionamento com os nossos clientes.



### EXPERIÊNCIA MULTI-CANAL E MULTI-ACESSO

O nosso objetivo é criar a melhor experiência digital omnicanal para todos os nossos clientes em todo o mundo e melhorá-la continuamente. Queremos que o Mobile Web Hub se torne o canal de interação mais fácil e rápido para os nossos clientes 24 horas por dia, oferecendo valor e inspiração, promovendo envolvimento e lealdade por meio da interação digital contínua.

## PARCEIRO PARA A VIDA

# DOS NOSSOS CLIENTES

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## SEGUROS COM VALOR SOCIAL E AMBIENTAL

Pela sua própria natureza, os seguros têm um grande valor social e ambiental, pois constituem uma resposta concreta às exigências de proteção dos clientes e às crescentes necessidades da sociedade, contribuindo para a prevenção e mitigação de riscos. No entanto, existem produtos que, pelo tipo de cliente protegido ou cobertura fornecida, possuem características socioambientais específicas.

### VALOR SOCIAL

/ produtos que respondam às necessidades de categorias específicas de clientes ou a acontecimentos particularmente infelizes da vida

/ produtos que promovam estilos de vida responsáveis e saudáveis

/ produtos que complementam o serviço público de saúde

### VALOR AMBIENTAL

/ produtos concebidos para promover o transporte sustentável com impacto ambiental

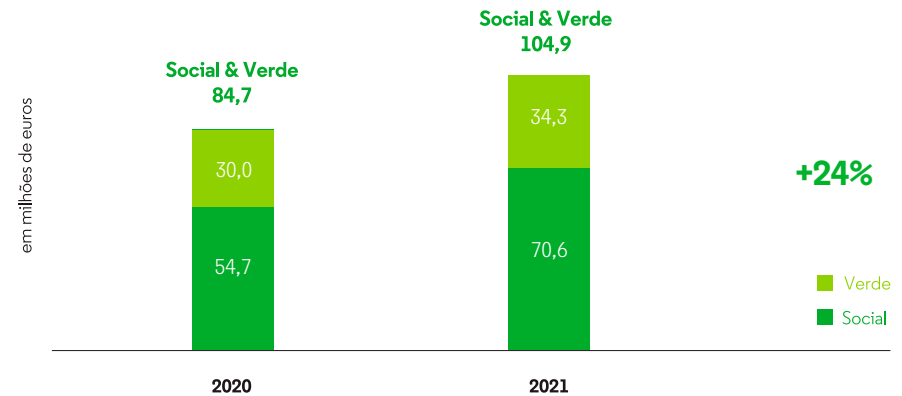
/ produtos que suportam a eficiência energética dos edifícios

/ produtos para cobertura dos riscos ligados à produção de energias renováveis.

/ produtos especificamente concebidos para cobrir riscos de catástrofe ou danos ambientais específicos

No âmbito da nossa diversidade de seguros, comprometemo-nos a desenvolver e promover algumas soluções de elevado valor acrescentado numa perspetiva social e ambiental.

### VENDAS DE SEGUROS COM VALOR SOCIAL E AMBIENTAL



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL

PARCEIRO  
PARA A VIDA

VIVER A  
COMUNIDADE

INOVAÇÃO  
E FUTURO

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS

INDICADORES ▶

## EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

### Não basta satisfazer o cliente, é preciso encantá-lo.

Temos o compromisso de fortalecer a nossa marca e ouvir os nossos clientes e, por isso, lançámos em 2021 o programa NPS (Net Promoter System), um projeto estratégico que reflete o princípio de que “o que não é medido não pode ser melhorado” e que tem como objetivo último tornar memorável a experiência de cliente.

Para medir a satisfação dos nossos clientes, nos mais diversos pontos de contacto, contamos com dois indicadores: o R-NPS (Relational Net Promoter System), que mede a ligação dos clientes com a marca, e o T-NPS (Transactional Net Promoter System), que mede satisfação em cada momento transaccional chave (compra, serviço, pré-renovação, sinistro e anulação).



Desenvolvemos uma estratégia de contacto com o cliente com maior alcance e frequência e progresso contínuo na melhoria da qualidade de serviço e, em alinhamento com o Grupo Generali, incorporámos o NPS na nossa vida diária, envolvendo colaboradores e parceiros de negócio. Este programa tem um papel central para proporcionar uma experiência humana aos nossos clientes.

R-NPS:

9

( MAIS 13 PONTOS  
FACE A 2020)

275.239 inquéritos

34.465 respostas recebidas

4.959 chamadas efetuadas

10 Departamentos envolvidos

Quase 400 cloopers a fazer chamadas a clientes

Com base no que ouvimos dos nossos clientes, identificámos 20 oportunidades de melhoria e melhorias corretivas:

/ 8 sobre comunicação;

/ 6 de processos;

/ 3 de pagamentos;

/ 3 sobre alinhamento de processos da LOGO.

O NPS é uma bússola orientadora muito importante durante processos de transformação, onde o cliente é trazido para o centro do negócio. Por isso, e cada vez mais, a perceção de que o Net Promoter System é apenas uma ferramenta está a dar lugar ao objetivo principal enquanto agente de mudança

2021



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL

NEGÓCIO ▶  
RESPONSÁVEL

PARCEIRO ▶  
PARA A VIDA

VIVER A  
COMUNIDADE

INOVAÇÃO ▶  
E FUTURO

ABORDAGEM ▶  
AO RELATÓRIO

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS

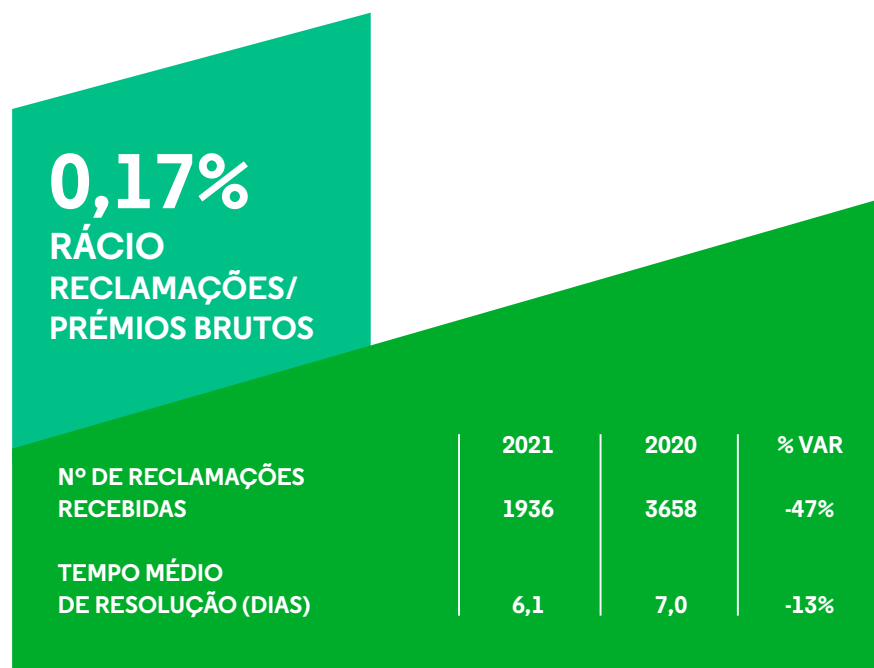
INDICADORES ▶

## EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

### Gestão de Reclamações

A Gestão de Reclamações, canal privilegiado pelos nossos clientes para manifestação sobre a Qualidade dos nossos serviços, tem vindo a ser alvo de melhorias contínuas, quer por harmonização dos procedimentos, quer pela implementação de uma nova plataforma informática, que permite uma melhor performance na gestão dos processos e interações com os clientes.

As melhorias já implementadas revelaram um impacto significativo na diminuição do volume de reclamações registadas em 2021 pela Generali Seguros S.A., 1 936 (menos 47% face a 2020), com um tempo médio de resposta de 6,1 dias (menos 0,9 dias face a 2020).

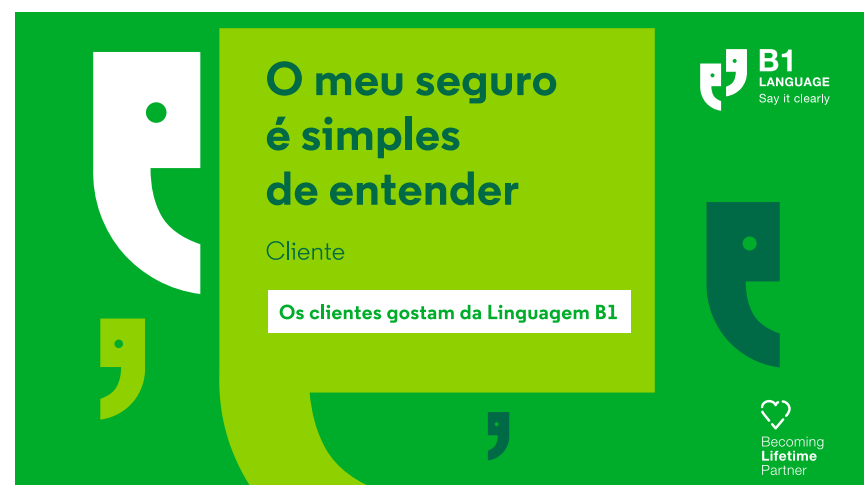


### Queremos ter uma comunicação clara, simples e transparente entre nós e com os nossos clientes

Em 2021, consolidámos o objetivo de ter uma linguagem mais clara e simples em todos os pontos de contacto com o cliente, com 75% das comunicações revistas no final do ano, das que mais são enviadas para os clientes.

Todos os nossos colaboradores que trabalham mais com a comunicação a clientes (campeões B1) tiveram formação presencial em Linguagem B1 e o B1 e-learning está a ser estendido a todas as nossas pessoas, com 900 colaboradores (83% do total) já formados até final de 2021.

As condições gerais e cláusulas contratuais foram reformuladas num tamanho de letra e espaçamento maiores, acabando com as características “letras pequenas” dos contratos.



- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O ▶
- DESENVOLVIMENTO ▶
- SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO ▶
- RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO ▶
- PARA A VIDA ▶
- VIVER A ▶
- COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO ▶
- E FUTURO ▶
- ABORDAGEM ▶
- AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE ▶
- CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## INOVAÇÃO DIGITAL CENTRADA NO CLIENTE

### Emissão imediata do seguro

Lançámos em 2021 um novo simulador automóvel para os nossos clientes particulares poderem emitir o seu seguro auto em poucos minutos.

Disponível no nosso website e nos sites dos nossos Agentes, o simulador permite emitir o seguro totalmente online de forma prática, simples e rápida.



### Participação de sinistros online simplificada e com mais funcionalidades

Alinhado com a nossa estratégia de inovação tecnológica, simplificámos a participação de sinistros online. Com foco no nosso cliente que cada vez tem maior mobilidade digital, participar sinistros está à distância de um clique, no telemóvel, tablet ou computador. A nossa solução traz maior rapidez e simplicidade.

No site, na App, por WhatsApp, através do mediador ou linha de apoio, o cliente pode acompanhar todo o processo de resolução em qualquer lugar.

### Assistência ao Lar com pedido online

Os nossos clientes com seguro Casa já podem fazer o pedido de assistência ao lar online. Com este novo canal, e à semelhança do que já existia para Automóvel, o cliente consegue pedir rapidamente o envio de um técnico especializado a casa, indicar o seu horário de preferência e receber de volta uma chamada para agendar o serviço.

O pedido é feito pelo cliente de forma autónoma através do seu smartphone ou computador: basta clicar no botão que está disponível em tranquilidade.pt (destaques, contactos e chatbot), preencher os seus dados e morada, explicar o problema (onde pode incluir fotos) e indicar o seu horário de preferência.

### Participação de Sinistro de Acidentes Pessoais no Portal de Clientes

Os nossos clientes passaram a ter disponível no Portal de Clientes também a participação de sinistro de Acidentes Pessoais, podendo assim, de uma forma rápida e sem papel, reportar o acidente.

### Implementação do ASR-Automatic Speech Recognition de Linguagem Natural

O objetivo deste projeto, alinhado com a nossa estratégia de inovação e transformação digital, centrou-se em disponibilizar ferramentas self-service e uma experiência melhorada do contacto dos nossos clientes connosco utilizando a voz e evitando a navegação lenta através de um IVR tradicional.

AValiação do  
Atendimento

8,3

(7,7 EM 2020)  
ESCALA 0-10

## REFORÇO DE COBERTURAS NOS SEGUROS DE ACIDENTES DE TRABALHO, SAÚDE E CASA

### Smart Working incluído no Seguro AT

Introdução de duas novas coberturas de Smart Working e Saúde no Trabalho no Seguro de Acidentes de Trabalho (AT), as quais visam maximizar a produtividade em teletrabalho e promover a saúde física e psíquica dos Colaboradores.



### Seguro de Saúde

Aumento da competitividade com a introdução da cobertura de Parto sem sub-limite, introdução de co-pagamentos fixos em análises e exames e flexibilização da utilização do seguro em Espanha e EUA através de reembolso de despesas em Internamento e Ambulatório.

### Seguro Casa

Melhoria das condições da cobertura de “queda de granizo” e introdução da cobertura opcional “bens ao ar livre”, assim como o reforço da oferta de Assistência.



## COMUNICAÇÃO DE PROXIMIDADE E PREVENÇÃO

Em 2021 reforçamos a política de comunicação ‘always on’ com o objetivo de comunicar com frequência e relevância com todos os clientes, não apenas com informações comerciais, mas também com comunicações de prevenção, alertas e responsabilidade social.



A marca LOGO, que celebrou 13 anos em 2021, manteve o incremento do desenvolvimento nos seus canais digitais, disponibilizando novas funcionalidades quer no whatsapp, como no chatbot. Novas possibilidades de pedidos por parte do Cliente, de resposta automatizada, como por exemplo a referência ATM para pagamento, a participação de sinistros Casa e proposta automatizada de cross sell.

- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O ▶
- DESENVOLVIMENTO ▶
- SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO ▶
- RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO ▶
- PARA A VIDA ▶
- VIVER A ▶
- COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO ▶
- E FUTURO ▶
- ABORDAGEM ▶
- AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE ▶
- CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶



Estamos a passar de uma oferta meramente de proteção para uma oferta que combina proteção, prevenção, assistência e serviços, construída à medida das necessidades individuais dos clientes. E os nossos quase 2500 Mediadores estão no centro da transformação. Com o recurso aos dados e à tecnologia, os nossos agentes podem personalizar a oferta, construindo produtos com proteção e prevenção.

A nossa rede de distribuição disponibiliza serviços de consultadoria com uma interação cuidadosa – pessoal e digital – verdadeiramente distintivos. Queremos ser a 1ª Escolha de Clientes e Agentes. Para isso temos de continuar a Liderar no Digital, proporcionando o melhor serviço a Clientes e potenciando o negócio dos nossos Agentes.

## Nº TOTAL DE MEDIADORES

**2.418** 75 Corretores | 441 Agentes Exclusivos | 1902 Agentes Multimarca e Parcerias



### VISIBILIDADE DIGITAL

Os nossos clientes passam imenso tempo online e precisamos também de estar lá para atender às suas necessidades. É por isso que o nosso primeiro Hallmark é a presença online dos agentes, incluindo as redes sociais.



### GESTÃO E GERAÇÃO DE LEADS

Com as novas ferramentas digitais, poderemos reconhecer se um cliente que visita um dos nossos sites é atual ou potencial e fornecer ao agente certo as informações necessárias para a gestão do relacionamento.



### ACONSELHAMENTO ASSENTE EM NECESSIDADE

Suportados por produtos e ferramentas modulares personalizados, que se conectam facilmente às necessidades do cliente com base na sua situação pessoal, os nossos agentes ajudarão os nossos clientes a avaliar, identificar e garantir as suas necessidades.



### PAPEL O

Queremos ser uma empresa sustentável. Queremos ser eficientes. Parte disso significa proporcionar uma experiência cada vez mais digital e reduzir o uso de documentos em papel. Isso permitirá assinaturas eletrônicas, facilitará o armazenamento de informações e reduzirá o desperdício.

## PARCEIRO PARA A VIDA

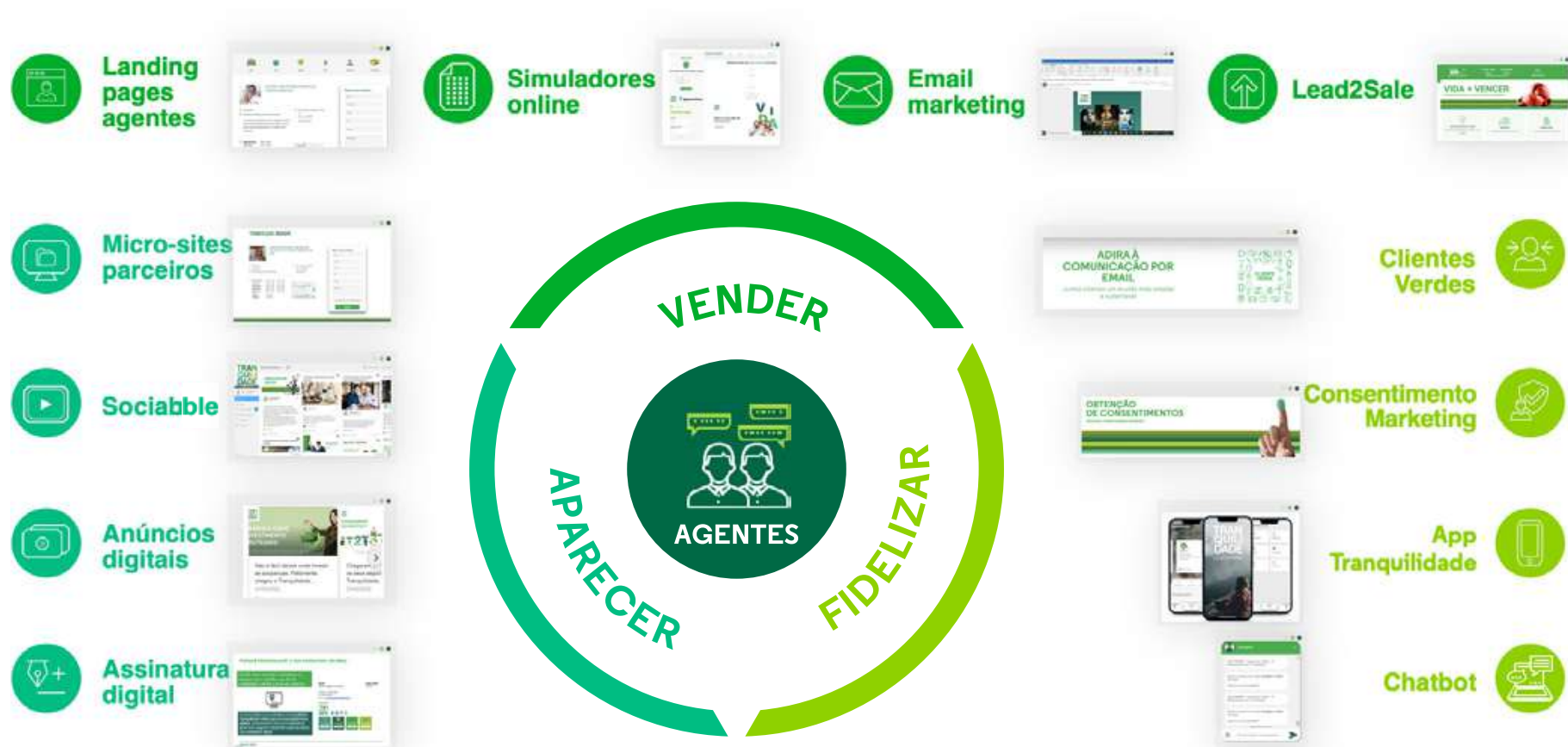
# DOS NOSSOS AGENTES

## O QUE SIGNIFICA PARA UM AGENTE TER-NOS COMO PARCEIRO PARA A VIDA?

Os nossos Agentes são a cara da Companhia e confiamos neles para incorporar simplicidade, inovação, empatia e cuidado ao longo de toda a experiência do cliente. A construção de relações, a criação de propostas à medida e a nossa proatividade são vitais para promovermos uma experiência positiva para todos os nossos clientes. Identificámos 4 áreas-chave de transformação dos nossos Agentes em Parceiros para a Vida.

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## O NOSSO ECOSISTEMA PARA AJUDAR OS NOSSOS AGENTES A TER SUCESSO NO DIGITAL



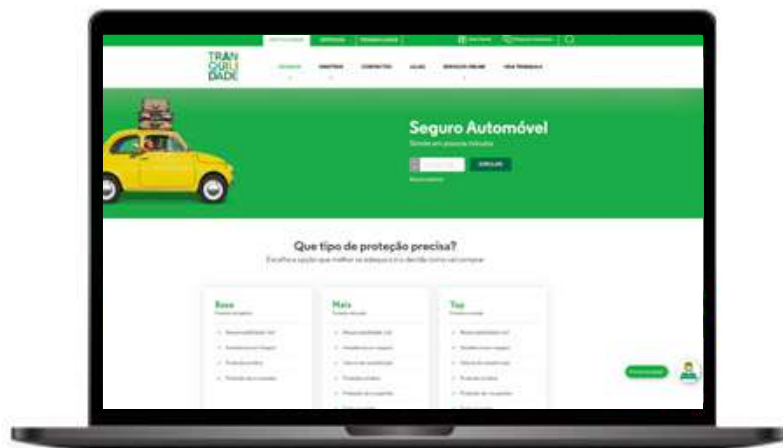
O programa de transformação comercial teve um forte impulso este ano, fruto do contexto difícil da pandemia, mas também da incorporação das melhores práticas com origem noutras geografias onde o Grupo Generali está presente.

- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## SIMULADOR ONLINE AUTO

Lançamento do 1º simulador online com emissão nos micro-sites dos agentes e nos seus sites próprios.

Além de permitir ao cliente emitir o seu seguro, nos casos em que isso não acontece é gerada uma lead para o Agente fazer o seguimento. Os contratos emitidos através deste simulador ficam na Carteira do agente, podendo futuramente desenvolver este cliente.



## ASSINATURA DIGITAL

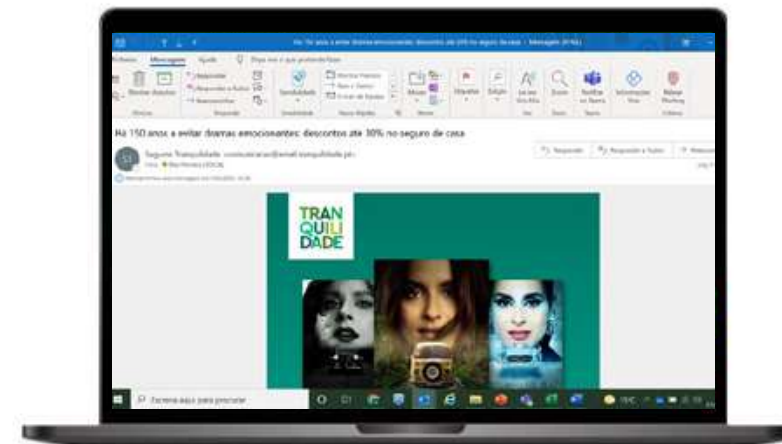
Foram criadas assinaturas digitais personalizadas por Agente e ligadas ao respetivo micro-site e ao simulador de cada um dos produtos.

Esta iniciativa permitiu aumentar o tráfego nos sites dos Agentes, assim como incrementar o número de leads geradas.



## EMAIL MARKETING

Em 2021 acelerou-se muito o desenvolvimento de modelos preditivos e a geração de leads na carteira dos Agentes. Isso permitiu incrementar muito as campanhas de email marketing.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL

PARCEIRO  
PARA A VIDA

VIVER A  
COMUNIDADE

INOVAÇÃO  
E FUTURO

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS

INDICADORES ▶

## MAIS DE 500 ECRÃS DIGITAIS NAS LOJAS DE AGENTES

Cerca de 70% da rede de lojas Tranquilidade passou a dispor, em 2021, de suportes de comunicação digital nas suas montras.

Além do ganho em termos de eficácia na comunicação, que tem atualização rápida e mais variada, esta solução é mais sustentável ambientalmente, pois evita a utilização de papel.

Esta iniciativa foi também importante para acelerar expansão da rede de lojas Tranquilidade/Açoreana. Em 2021 abriram 70 novas lojas com uma das marcas do Grupo Generali em Portugal.



## QUEREMOS SABER MAIS DOS NOSSOS AGENTES

Em 2021 voltámos a realizar o inquérito de satisfação anual a Agentes, integrado no Programa R-NPS (Relational Net Promotor System), o qual nos permite aferir o nível de satisfação dos nossos Agentes em relação a oferta, serviço, gestão de sinistros, equipa comercial, sistemas e proposta de valor.

Os resultados refletem um elevado nível de satisfação e uma melhoria face ao ano anterior, com destaque para a possibilidade de recomendar que passou de 8,3 em 2020 para 8,7 em 2021 (numa escala de 0 a 10).

SATISFAÇÃO		
AGENTES	2021	2020
NPS (escala -100 a 100)	57,60	41,27
Promotores (%)	66,10%	51,68%
Passivos (%)	25,40%	38,50%
Detratores (%)	8,50%	10,32%
Probabilidade de recomendar (escala 0 a10)	8,7	8,3

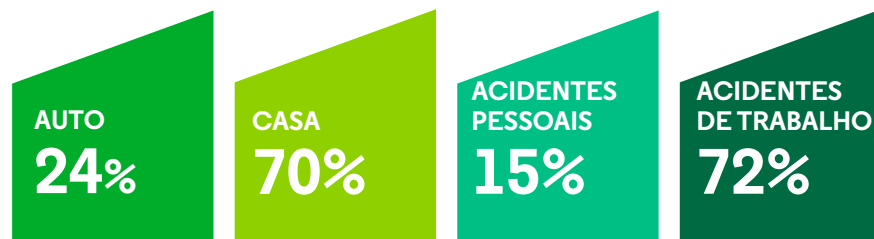
## INQUÉRITO A AGENTES



- ☰
- ▶
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVACÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

## MENOS PAPEL E MAIS SIMPLICIDADE

Queremos ser cada mais rápidos, simples e digitais naquilo que fazemos. Esta ambição está refletida no número de **Participações de Sinistros Digitais** que os nossos parceiros fizeram em 2021.



## EVENTOS E DISTINÇÕES

### Evento Comercial Digital em ambiente de celebração

Em abril de 2021 reunimos, em formato digital, cerca de 3.000 agentes e colaboradores para celebrar o 150º aniversário da Tranquilidade, bem como os 190 anos da Generali.

A partir do mote “O futuro constrói-se agora”, debatemos as prioridades comerciais para o ano de 2021 – com a vontade de continuar a inovar no mercado digital e reforçar o papel de Parceiro para a Vida dos nossos clientes e agentes.

A plataforma de streaming foi um sucesso. Com uma excelente avaliação, é de salientar o dinamismo de atividades com elevado nível de participação, como foi o caso do Quiz sobre a nossa história e do momento perguntas e respostas, em que os agentes puderam colocar questões ao Comité Executivo.

**91% dos participantes avaliaram o evento como Muito Bom ou Excelente**



## Fórum Agentes Exclusivos retoma encontros presenciais

Em setembro de 2021 voltámos aos eventos presenciais em grande força e com toda a segurança para reunir a nossa rede de Agentes Exclusivos. Três eventos durante três dias, no Norte, Centro e Sul do País e onde todos aqueles que participaram puderam finalmente estar cara a cara, para debater os temas em destaque como as prioridades comerciais e o caminho estratégico dos agentes exclusivos na linha da frente junto dos nossos clientes.



Para além das intervenções dos Diretores Comerciais, convidámos para cada evento seis agentes exclusivos para partilharam as suas histórias de sucesso, mas também algumas estratégias de vendas e que foram acompanhados pela respetiva equipa comercial interna de cada zona, o que conferiu aos três fóruns maior dinâmica, energia e interatividade entre os participantes.

Para fechar o evento, convidámos o humorista Eduardo Madeira para um momento mais lúdico à volta da “dita normalidade”. No final, era unânime a boa sensação de voltarmos a estar juntos no mesmo espaço.

**92% dos participantes avaliaram o evento como Muito Bom ou Excelente**



## Agentes portugueses distinguidos no concurso global do Grupo Generali

Em abril de 2021, o Grupo Generali premiou os melhores agentes do grupo a partir de um evento virtual realizado em Veneza. Dois agentes portugueses foram distinguidos naquela que foi a grande final da terceira edição do Global Agent Excellence Contest (GAEC).

Marco Rodrigues, da Septor-Mediação de Seguros, ficou no top 30. A melhor entre as agências em Portugal, destacou-se em função da sua performance excepcional nos indicadores “digitalização, contacto com o cliente, produção e retenção”.

Também André Filipe Alves, sócio fundador da Inforrei-Mediação de Seguros, recebeu o prémio Young Lions - que distingue agentes até 35 anos que, fruto da sua relação com a marca Generali, representam o futuro.

De uma lista que começou com 300 agentes de todo o mundo, 5 dos nomeados eram mediadores portugueses. Além da Septor e da Inforrei, representaram Portugal: Fonseca e Veiga-Mediação de Seguros, Pedro Quinta dos Santos-Mediação de Seguro e António Ricardo Silva Correia-Mediação de Seguros.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶





Construímos a nossa história e o valor da nossa marca na ideia de comunidade: viver a comunidade é um dos nossos principais valores.

Somos uma empresa socialmente responsável e queremos contribuir para uma sociedade saudável, resiliente e sustentável. O nosso objetivo é proteger e melhorar a vida das pessoas e isso é o que fazemos todos os dias.

A Responsabilidade Social faz parte da estratégia da Companhia e temos o desafio permanente de adequar a nossa capacidade de contribuição com a evolução das necessidades da comunidade à qual pertencemos, sem perder de vista as áreas que definimos como prioritárias.

Temos uma Política de Patrocínios e Donativos que define as áreas prioritárias de investimento bem como os processos internos que devem ser seguidos na sua atribuição, com o objetivo de garantir total transparência.

#### **Elegemos como áreas prioritárias:**

**CULTURA E EDUCAÇÃO  
PREVENÇÃO E SAÚDE  
INCLUSÃO E SOLIDARIEDADE SOCIAL**

#### **ASSEGURAMOS OS CUSTOS DE EDUCAÇÃO DURANTE UM ANO A TODAS AS CRIANÇAS E JOVENS DAS ALDEIAS DE CRIANÇAS SOS**

A Companhia assumiu no final de 2021 o compromisso de suportar os custos de educação, durante um ano, de todas as crianças e jovens que vivem nas três Aldeias de Crianças SOS em Portugal - Bicesse, Guarda e Gulpilhares.

A Associação das Aldeias de Crianças SOS de Portugal acolhem crianças e jovens que perderam a sua família ou que estão em risco de a perder, num modelo familiar de cuidados alternativos diferenciado. Na área da prevenção, a instituição tem também o Programa de Fortalecimento Familiar, com intervenção junto das famílias, prevenindo a institucionalização.

# VIVER A COMUNIDADE

**118**  
MIL EUROS  
DONATIVOS E  
MECENATO



- ☰
- ▶
- 
- ▶ SOBRE NÓS
- 
- ▶ PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
- 
- ▶ NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- 
- ▶ PARCEIRO PARA A VIDA
- 
- ▶ VIVER A COMUNIDADE
- 
- ▶ INOVAÇÃO E FUTURO
- 
- ▶ ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- 
- ▶ TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- 
- ▶ INDICADORES
-

## FUNDAÇÃO BATALHA DE ALJUBARROTA

Em 2021 apoiámos a Fundação Batalha de Aljubarrota, a qual tem como missão valorizar e promover o património cultural e histórico do nosso país.

Entre as atividades desenvolvidas pela Fundação, salientam-se a recuperação e valorização dos campos da batalha de Aljubarrota, não apenas para facilitar o estudo dos factos e acontecimentos históricos a que dizem respeito, mas também para atrair um público nacional e internacional, cada vez mais numeroso e interessado no turismo cultural, bem como o Funcionamento do Centro de Interpretação da Batalha de Aljubarrota (CIBA), que para além dos núcleos expositivos compreende um programa educativo variado.



## VOLTÁMOS A APOIAR O CONCERTO DE FIM DE ANO DA ORQUESTRA SINFÓNICA JUVENIL

A Companhia apoiou uma vez mais, a realização do Concerto de Fim de Ano da Orquestra Sinfónica Juvenil (OSJ) que celebrou em 2021 a sua 20ª edição e voltou a reunir alguns dos cantores líricos portugueses mais prestigiados.

Fundada em 1973, a OSJ, enquanto orquestra-escola, tem tido um papel fundamental no panorama músico-pedagógico do nosso país, formando centenas de jovens músicos, numa perspetiva de aperfeiçoamento e profissionalização.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL

PARCEIRO  
PARA A VIDA

VIVER A  
COMUNIDADE

INOVAÇÃO  
E FUTURO

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS

INDICADORES ▶

## PROMOVER O EMPLOYER BRANDING

### DigiEduHack

A Companhia associou-se ao DigiEduHack, um evento onde a educação e a tecnologia andam de mãos dadas, com um programa realizado em dois dias de novembro de 2021. Realizado no Espaço LACS Anjos, em Lisboa, e também em formato online, este conjunto de hackathons sobre educação é promovido pela União Europeia, no âmbito do plano de Ação Digital.

Acreditamos que a literacia digital é um fator-chave para a constante inovação, em que podemos melhorar não apenas os nossos serviços, como também a experiência e relação com os nossos clientes



### Junior Enterprises World Conference

Em setembro de 2021, Lisboa acolheu o maior evento de empresários júnior do mundo – o Junir Enterprises World Conference (JEWG'21) – e a Companhia esteve presente enquanto empregador responsável.

Promovido pela Junior Enterprises Global, uma associação sem fins lucrativos cujo principal objetivo passa por fortalecer a rede de contactos de empresários Júnior,

o JEWG'21 reuniu, em formato presencial e remoto, centenas de participantes de diferentes nacionalidades e Pedro Carvalho e José Nogueira, do nosso Comité Executivo foram oradores. Foi uma oportunidade de, no âmbito do nosso programa de talentos, divulgar a Companhia aos jovens empreendedores como um excelente lugar para trabalhar.

### Técnico Solar Boat

Voltámos a apoiar a participação do Técnico Solar Boat (TSB) no Mónaco Energy Boat Challenge, que decorreu no Mónaco e onde a equipa participou com o seu 3º protótipo solar e com o seu primeiro protótipo movido a hidrogénio. Em 2021, também se realizou a Odisseia TSB e o local escolhido foi a Madeira, onde foi possível ver navegar o protótipo mais recente, movido a energia solar.

Trata-se de um projeto constituído por alunos de várias licenciaturas do Instituto Superior Técnico (IST) que trabalham em conjunto no desenvolvimento de um barco movido a energia solar ou hidrogénio, com o principal objetivo de participar em competições internacionais.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O ▶

DESENVOLVIMENTO ▶

SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO ▶

RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO ▶

PARA A VIDA ▶

VIVER A ▶

COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO ▶

E FUTURO ▶

ABORDAGEM ▶

AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE ▶

CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

## PARCERIA COM A BRIGADA DO MAR

Em 2021, apoiámos a Brigada do Mar, uma organização não-governamental para o desenvolvimento, que tem como fim principal a descontaminação da orla costeira, a par da educação ambiental. Em 13 anos de atividade, o seu trabalho já permitiu retirar 901 toneladas de resíduos das praias portuguesas.

No âmbito da parceria, realizou-se uma ação de limpeza de praias, na zona Troia-Comporta, com voluntários da Companhia.



## PORTUGAL CHAMA

A Companhia voltou a associar-se, em 2021, à campanha “Portugal Chama”, contribuindo desta forma para a divulgação e sensibilização da prevenção e do combate aos incêndios rurais. Este é um importante desafio para o nosso país, que precisa do contributo e ação de todos.



## TRANQUILIDADE NO RUNNING

Durante o ano de 2021 demos apoio e nome a 5 corridas, demonstrando a nossa estratégia de apoio à prática desportiva do Running - Meia Maratona dos Descobrimentos, Corrida de São Silvestre de Gondomar, Corrida Portucale, Corrida Fernanda Ribeiro e Corrida da República.

Queremos continuar a promover a adoção de hábitos saudáveis e mobilização da comunidade onde nos inserimos, potenciando as atividades desportivas ao ar livre e em grupo.



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

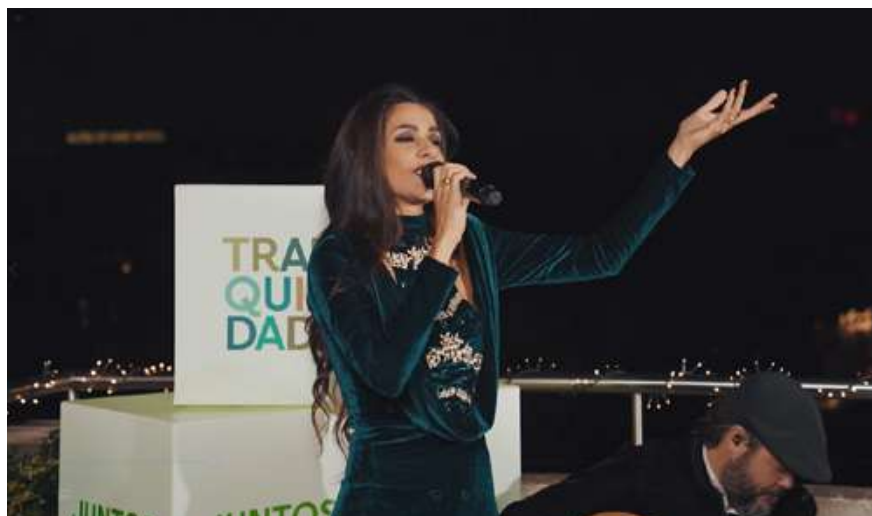
INDICADORES ▶

## NATAL CELEBRADO COM CONCERTO DE CUCA ROSETA NO TOPO DO EDIFÍCIO DE LISBOA

O Natal de 2021 foi celebrado de forma inovadora e emotiva perante as restrições provocadas pelo contexto da pandemia. Dada a impossibilidade de juntar presencialmente os seus colaboradores, a Companhia convidou toda a sua equipa a juntar-se virtualmente para assistir a um concerto da artista Cuca Roseta, que teve lugar no terraço do seu edifício em Lisboa.

O Comité Executivo da Companhia reuniu-se online com todos os colaboradores para um balanço do ano, tendo-lhes anunciado esta surpresa no final do encontro. E foi desta forma, especial e surpreendente, que todos juntos puderam assistir ao concerto com algumas músicas do álbum “Luz de Natal” de Cuca Roseta. Na sua atuação, a fadista cantou em exclusivo uma música inédita, criada especificamente para assinalar os 150 anos da Tranquilidade.

Este concerto foi também partilhado com parceiros e clientes, que puderam partilhar com familiares e amigos.



Conforme referido pelo nosso CEO, Pedro Carvalho, «Este foi o ano de celebração dos 150 anos da Tranquilidade e, dado o contexto, soubemos reinventar-mo-nos e proporcionar este momento único e emocionante, mesmo que virtual, aos nossos colaboradores, parceiros e clientes, e às suas famílias, de forma a festejarmos e estarmos todos ligados neste Natal, reforçando também o nosso apoio à área da cultura».



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶



A Generali Seguros continua focada na continuidade do processo de transformação, com uma aposta crescente numa estratégia digital no back office e front office, com impacto direto nos processos de venda, no desempenho operacional e nos níveis de serviço a clientes e parceiros de distribuição.

A nossa ambição digital traduz-se no desejo de fornecer aos nossos clientes, agentes e colaboradores uma experiência superior, transformando a Generali numa organização digital inovadora e ágil, alavancada no uso estratégico de dados.

Queremos que o digital acelere a mudança do paradigma que identificámos: estamos a passar de um mundo tradicional de cobertura de seguros, renovação de apólices e reembolso de sinistros para um mundo inovador onde oferecemos soluções personalizadas, que integram a componente de seguros, que continua a ser central, mas integra serviços com elevado conteúdo tecnológico de prevenção e apoio ao cliente.

Os nossos clientes vão receber uma abrangente proposta de assistência, 24 horas por dia, 7 dias por semana, complementada por aconselhamento 360°. A Companhia está a transformar e digitalizar o seu modelo operacional por meio da simplificação, automação e inteligência artificial.

## INOVAÇÃO E FUTURO

# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL



## INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

- / FLEXIBILIDADE
- / ASSISTÊNCIA 24/7
- / CONSULTORIA 360°
- / OFERTA MODULAR DE PRODUTO
- / ECOSISTEMA
- / PLATAFORMA DE MOBILIDADE
- / SIMPLIFICAÇÃO, AUTOMAÇÃO E IA



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL ▶

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶

PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶

VIVER A  
COMUNIDADE ▶

INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

Para trilhar e acelerar no nosso caminho para sermos um Parceiro para a Vida e digitalizar o nosso modelo de operações, a nossa estratégia digital está assente em 5 áreas:

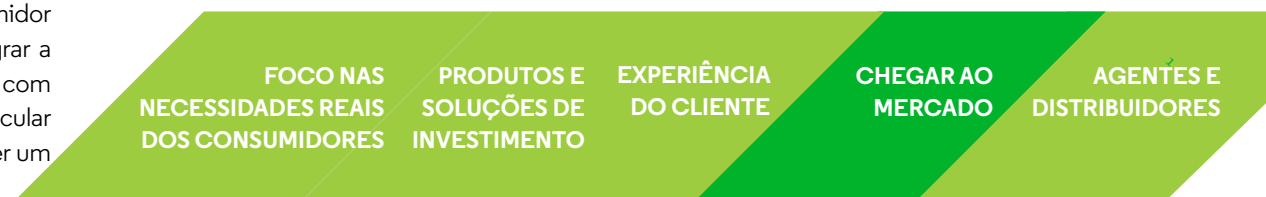


- ☰
- ▶
- 
- ▶ SOBRE NÓS
- 
- ▶ PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL
- 
- ▶ NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- 
- ▶ PARCEIRO PARA A VIDA
- 
- ▶ VIVER A COMUNIDADE
- 
- ▶ INOVAÇÃO E FUTURO
- 
- ▶ ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- 
- ▶ TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- 
- ▶ INDICADORES
- 

## CONSUMIDOR RESPONSÁVEL

O Grupo Generali tem vindo a trabalhar numa oferta distintiva dedicada aos consumidores responsáveis que querem ter um impacto positivo no ambiente e na sociedade. A oferta consiste em produtos verdes e sociais e em soluções de investimentos sustentáveis.

Em 2021 foram identificadas as macroáreas em que o ecossistema do consumidor responsável está delineado, que são os aspetos em que é necessário integrar a sustentabilidade, no sentido de assegurar uma oferta totalmente em linha com as expectativas dos clientes: desde a criação do produto à venda, com particular atenção à relação com os distribuidores, em linha com a nossa ambição de ser um Parceiro de Transformação Digital e para a Vida.





O mundo caminha para uma nova era, na qual um ambiente social e económico em mudança cria desafios e oportunidades para a nossa empresa e para todo o Grupo Generali.

A pandemia mudou a forma como as pessoas procuram proteção e a necessidade de aconselhamento; o impacto do aumento dos riscos climáticos requer uma abordagem abrangente para a mitigação do risco; o envelhecimento da população significa que as suas necessidades estão a evoluir, exigindo maiores investimentos em serviços e assistência; e embora os baixos rendimentos do reinvestimento exijam uma abordagem de investimento distinta, investimentos sem precedentes estão a vir dos governos para impulsionar a recuperação económica sustentável.

O Grupo Generali apresentou um novo plano estratégico de 3 anos, com uma visão de longo prazo. O Lifetime Partner 24: Driving Growth irá reformular o negócio, impulsionando a inovação assente em dados em todo o Grupo e elevando o nível de ambição de sermos cada vez mais um Parceiro para a Vida dos nossos clientes.

## LIFETIME PARTNER 24: DRIVING GROWTH

### IMPULSIONAR O CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

/ Aumentar as receitas em P&C (Property & Casualty) e manter as melhores margens técnicas do setor

/ Aumentar os negócios de baixa absorção de capital, os lucros técnicos e a gama de produtos ESG

/ Sustentar o crescimento com uma gestão de custos eficaz

### MELHORAR O PERFIL DE GANHOS

/ Melhorar o perfil e a rendibilidade do negócio vida

/ Redistribuir capital para iniciativas de crescimento lucrativas

/ Desenvolver mais a estrutura de gestão de ativos

### LIDERAR NA INOVAÇÃO

/ Reforçar o valor para o cliente através do modelo "Lifetime Partner Advisory"

/ Acelerar a inovação colocando o potencial dos dados no centro das nossas atividades

/ Obter eficiência operacional adicional com a intensificação da automação e da tecnologia

## INOVAÇÃO E FUTURO

# ESTRATÉGIA 2022-24

ALCANÇAR UM FORTE DESEMPENHO FINANCEIRO,  
PROPORCIONAR A MELHOR EXPERIÊNCIA DE CLIENTE DO SETOR,  
COM UM AINDA MAIOR IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL.

SEGURADOR  
RESPONSÁVEL

INVESTIDOR  
RESPONSÁVEL

EMPREGADOR  
RESPONSÁVEL

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶



**“A NOSSA AMBIÇÃO É SER A PRIMEIRA ESCOLHA PARA CLIENTES, AGENTES E COLABORADORES”**

A Generali Seguros quer ser em Portugal a seguradora preferida de clientes e agentes e uma referência como empregador e isso significa ser cada vez mais um Parceiro para a Vida.

**Para 2022 temos três objetivos principais:**

**1**  
O fortalecimento da posição de mercado, com foco nos segmentos de Particulares, incluindo os Seniores, e Pequenas e Médias Empresas.

**2**  
Aumento do profissionalismo dos agentes com consequente aumento do peso da Generali Seguros nas suas carteiras, além da aposta no desenvolvimento de novos canais.

**3**  
Transformar a cultura e a organização, melhorando os processos de gestão e envolvimento dos colaboradores.



\* Engagement Index do Grupo Generali

- ☰
- ▶
- 
- ▶ SOBRE NÓS
- 
- ▶ PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
- 
- ▶ NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- 
- ▶ PARCEIRO PARA A VIDA
- 
- ▶ VIVER A COMUNIDADE
- 
- ▶ INOVAÇÃO E FUTURO
- 
- ▶ ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- 
- ▶ TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- 
- ▶ INDICADORES
-

Com base nos nossos pontos fortes, e olhando para o futuro, vamos assumir a sustentabilidade como elemento impulsionador da nossa estratégia, com uma maior contribuição para a transição justa e verde.

Para os nossos clientes somos consultores de confiança e oferecemos soluções personalizadas que se adaptam às necessidades reais das pessoas. Antes de sermos uma comunidade, antes de sermos clientes e até antes de sermos parceiros, somos pessoas. E enquanto pessoas, enquanto Generali, queremos mais do que nunca um mundo mais seguro.



- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶



- ▶ SOBRE NÓS
- ▶ PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL
- ▶ NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- ▶ PARCEIRO PARA A VIDA
- ▶ VIVER A COMUNIDADE
- ▶ INOVAÇÃO E FUTURO
- ▶ ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- ▶ TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- ▶ INDICADORES

# ABORDAGEM AO RELATÓRIO

A Generali Seguros está fortemente empenhada em dar uma contribuição sustentável para o futuro, desenvolvendo a sua atividade de forma responsável. O nosso compromisso é assegurar um equilíbrio entre as preocupações económicas, ambientais e sociais, com criação de valor e dando resposta às expectativas não apenas dos nossos principais stakeholders, mas também de todo o ecossistema de partes interessadas.

Este Relatório divulga a visão e a estratégia de sustentabilidade da Generali Seguros e as iniciativas desenvolvidas no ano de 2021. A materialidade dos temas integrados neste documento foi definida em função das áreas estratégicas da Companhia e dá cumprimento ao disposto no artigo 66º B do Código das Sociedades Comerciais e abrange a divulgação de informação não financeira individual e consolidada.

O conteúdo deste Relatório pode ser complementado com as informações constantes no Relatório e Contas 2021 e no Relatório Sobre a Solvência e a Informação Financeira 2021 da Generali Seguros, S.A., publicados em tranquilidade.pt.

# ABORDAGEM AO RELATÓRIO



- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶



- 
- ▶ SOBRE NÓS
- 
- ▶ PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL
- 
- ▶ NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- 
- ▶ PARCEIRO PARA A VIDA
- 
- ▶ VIVER A COMUNIDADE
- 
- ▶ INOVAÇÃO E FUTURO
- 
- ▶ ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- 
- ▶ TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- 
- ▶ INDICADORES
- 

# TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS



## TEMAS

MEGA TENDÊNCIAS  
MATERIAISINDICADORES  
DE PERFORMANCEPÁGINAS DO  
RELATÓRIOOBJETIVOS DE  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL

## AMBIENTAIS

- / Alterações Climáticas
- / Escassez de recursos e economia circular
- / Degradação da biodiversidade
- / Transparência e negócios com propósito

- / Emissões
- / Energia renovável
- / Consumo de papel
- / Produtos verdes

- Pág. 49
- Pág. 49
- Pág 17 e 50
- Pág. 68



## SOCIAIS

- / Pandemias e eventos extremos
- / Transformação digital e cibersegurança
- / Transparência e negócios com propósito
- / Envelhecimento e evolução da segurança social
- / Mudanças na saúde
- / Polarização dos estilos de vida
- / Aumento das desigualdades

- / Os nossos clientes
- / Os nossos agentes
- / Comunidade
- / Satisfação - NPS
- / Produtos sociais
- / Fornecedores

- Pág. 67
- Pág. 73
- Pág 66 e 81
- Pág. 69, 70 e 76
- Pág. 68
- Pág. 48

RELACIONADOS COM  
COLABORADORES

- / Transparência e negócios com propósito
- / Mudança nas formas de trabalho
- / Empoderamento das mulheres e inclusão de minorias

- / As Nossas Pessoas
- / Formação
- / Reskilling
- / Engagement
- / Bem-Estar
- / Liderança
- / Gestão Performance
- / Engagement Survey

- Pág 53,54,55 e 56
- Pág. 53 e 65
- Pág 64
- Pág 63
- Pág 61
- Pág. 64
- Pág. 59
- Pág. 63



## GOVERNAÇÃO

- / Transparência e negócios com propósito
- / Complexidade regulatória

- / Formação Código Conduta
- / Investimentos Sustentáveis

- Pág.34
- Pág. 44



- SOBRE NÓS
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- PARCEIRO PARA A VIDA
- VIVER A COMUNIDADE
- INOVAÇÃO E FUTURO
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- INDICADORES



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTAVEL

NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL

PARCEIRO  
PARA A VIDA

VIVER A  
COMUNIDADE

INOVAÇÃO  
E FUTURO

ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO

TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS

INDICADORES ▶

# INDICADORES



ÁREAS ESTRATÉGICAS  
DE SUSTENTABILIDADEOS NOSSOS  
CLIENTES

## INDICADOR

## UNIDADE

## DEZ-21

## DEZ-20

## COMENTÁRIOS

**Total de Clientes**

Clientes Verdes  
 Clientes Desmaterializados LOGO  
 R-NPS (Relational Net Promotor System)  
 Venda de seguros com valor ambiental  
 Venda de seguros com valor social

Nº **1 925 000** **1 900 000**  
 Nº 1 113 000 860 000  
 Nº 145 000 160 000  
 Escala -100 a 100 9 -5  
 Milhares de euros 34 309 30 015  
 Milhares de euros 70 595 54 698

AS NOSSAS  
PESSOAS**Total de Colaboradores****Distribuição por região**

Norte  
 Centro  
 Sul  
 Ilhas  
 Estrangeiro

Nº **1081** **1114**  
 Nº 187 189  
 Nº 818 856  
 Nº 30 23  
 Nº 46 46  
 Nº 0 0

**Mobilidade**

Definitiva  
 Interna

Nº 80 164  
 Nº 31 38

**Diversidade**

Mulheres Executive Committee + GLG  
 Homens Executive Committee + GLG  
 Mulheres Manager  
 Homens Manager  
 Mulheres Middle Manager  
 Homens Middle Manager  
 Mulheres Coordinator  
 Homens Coordinator  
 Mulheres Team Leader  
 Homens Team Leader  
 Mulheres Professional  
 Homens Professional

% 0% 0%  
 % 100% 100%  
 % 42% 35%  
 % 58% 65%  
 % 26% 26%  
 % 74% 74%  
 % 38% 46%  
 % 62% 54%  
 % 32% 40%  
 % 68% 60%  
 % 50% 50%  
 % 50% 50%

**Habilitações literárias**

Graduado  
 Não Graduado

% 61% 59%  
 % 39% 41%



SOBRE NÓS ▶

PROMOVER O  
DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL ▶NEGÓCIO  
RESPONSÁVEL ▶PARCEIRO  
PARA A VIDA ▶VIVER A  
COMUNIDADE ▶INOVAÇÃO  
E FUTURO ▶ABORDAGEM  
AO RELATÓRIO ▶TABELA DE  
CORRESPONDÊNCIAS ▶

INDICADORES ▶

ÁREAS ESTRATÉGICAS  
DE SUSTENTABILIDADEAS NOSSAS  
PESSOAS

INDICADOR	UNIDADE	DEZ-21	DEZ-20	COMENTÁRIOS
<b>Faixa etária</b>				
Idade <=24	%	1%	1%	
Idade 25 - 34	%	9%	9%	
Idade 35 - 44	%	26%	30%	
Idade 45 - 54	%	49%	47%	
Idade 55 - 64	%	15%	13%	
Idade >= 65	%	0%	0%	
<b>Tipo de vínculo contratual</b>				
Contrato a termo certo/incerto	%	3%	4%	
Contrato efetivo a tempo incerto	%	97%	96%	
<b>Antiguidade</b>				
Antiguidade <=2	%	9%	10%	
Antiguidade 2 - 5	%	11%	10%	
Antiguidade 5 - 10	%	10%	11%	
Antiguidade 10 - 20	%	33%	36%	
Antiguidade > 20	%	37%	32%	
<b>Formação</b>				
Horas de formação	Nº	53 362	31 697	
Custos de formação	Milhares de euros	300	504	
<b>Média de horas de formação por género*</b>				
Homens	Horas	51	40	
Mulheres	Horas	47	37	
<b>Segurança e Saúde no Trabalho</b>				
Taxa de absentismo acidente trabalho/doença profissional	%	0,01	0,09	
Dias perdidos acidente trabalho/doença profissional	Nº	26	242	
Investimento em segurança e saúde no trabalho	Milhares de euros	164	171	
<b>Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas</b>	Nº/texto	N/A	N/A	
<b>Custos com Colaboradores</b>	Milhares de euros	71 966	75 696	

Em 2020 são os valores agregados da Seguradoras Unidas, SA, da Generali Companhia de Seguros, SA e da Generali Companhia de Seguros Vida, SA

- ☰
- ▶
- 
- ▶ SOBRE NÓS
- 
- ▶ PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
- 
- ▶ NEGÓCIO RESPONSÁVEL
- 
- ▶ PARCEIRO PARA A VIDA
- 
- ▶ VIVER A COMUNIDADE
- 
- ▶ INOVAÇÃO E FUTURO
- 
- ▶ ABORDAGEM AO RELATÓRIO
- 
- ▶ TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS
- 
- ▶ INDICADORES
-

ÁREAS ESTRATÉGICAS DE SUSTENTABILIDADE	INDICADOR	UNIDADE	DEZ-21	DEZ-20	COMENTÁRIOS
<b>OS NOSSOS AGENTES</b>	<b>Total de Agentes</b>	Nº	<b>2 418</b>	<b>2 489</b>	Em 2020 são os valores agregados da Seguradoras Unidas, SA, da Generali Companhia de Seguros, SA e da Generali Companhia de Seguros Vida, SA
	Lojas de Agentes	Nº	650	576	
	Formação de Agentes - participantes	Nº	1 840	1 718	
	Formação de Agentes - horas	Horas	47 878	56 749	
	Comissões a Agentes	Milhares de euros	130 662	119 092	
<b>OS NOSSOS FORNECEDORES</b>	<b>Total de Fornecedores</b>	Nº	<b>733</b>	<b>757</b>	Em 2020 são os valores agregados da Seguradoras Unidas, SA, da Generali Companhia de Seguros, SA e da Generali Companhia de Seguros Vida, SA
	Fornecedores Nacionais	%	92%	93%	
	Custos com Fornecedores	Milhares de euros	52 177	56 155	
<b>A NOSSA COMUNIDADE</b>	<b>Donativos e Mecenato</b>	Milhares de euros	<b>118</b>	<b>170</b>	
	Voluntariado	Horas	315	525	
	Bens alimentares/higiene oferecidos por colaboradores	Kg	500	-	


[SOBRE NÓS ▶](#)
[PROMOVER O ▶](#)
[DESENVOLVIMENTO ▶](#)
[SUSTENTÁVEL](#)
[NEGÓCIO ▶](#)
[RESPONSÁVEL](#)
[PARCEIRO ▶](#)
[PARA A VIDA](#)
[VIVER A ▶](#)
[COMUNIDADE](#)
[INOVAÇÃO ▶](#)
[E FUTURO](#)
[ABORDAGEM ▶](#)
[AO RELATÓRIO](#)
[TABELA DE ▶](#)
[CORRESPONDÊNCIAS](#)
[INDICADORES ▶](#)

## ÁREAS ESTRATÉGICAS DE SUSTENTABILIDADE

## O NOSSO IMPACTO AMBIENTAL

## INDICADOR

## UNIDADE

## DEZ-21

## DEZ-20

## COMENTÁRIOS

**Consumo indirecto de energia, discriminado por fonte de energia primária.**

Consumo total (EDP+EDA+EDM)

Kwh

1 565 685,00

1 789 160,00

Custo total

Milhares de euros

251

289

Consumo total (EDP+EDA+EDM)

GJ

5 636,47

6 440,98

**Consumo directo de energia, discriminado por fonte de energia primária.**

Consumo de gasóleo

Lt

333 411,97

359 250,58

Consumo de gasolina

Lt

324 150,26

352 217,18

Consumo de gasolina

Lt

9 261,71

7 033,40

Custo total

Milhares de euros

475

445

Consumo de gasóleo

GJ

13 300,09

14 451,70

Consumo de gasolina

GJ

316,75

253,25

**Emissões**

Emissões directas (Âmbito 1)

tonCO2eq

896,40

975,48

Emissões indirectas (Âmbito 2)

tonCO2eq

563,33

643,74

Compra de energia renovável

%

90,1

33,3

Consumo de água

Lt

2 828 000

3 813 000

Apólices digitais

%

86,3

84,6

Consumo de papel

Ton

46

43

Embora tenha havido uma redução significativa de consumo de papel, a variação positiva em 2021 resulta da conclusão do processo de integração operacional decorrente da fusão por incorporação da Generali – Companhia de Seguros, S.A. e da Generali Vida – Companhia de Seguros, S.A. na Generali Seguros, S.A. (anteriormente designada Seguradoras Unidas, S.A.)

## O NOSSO IMPACTO ECONÓMICO

Valor económico directo gerado

Milhares de euros

1 134 788

1 078 884

Valor económico directo distribuído

Milhares de euros

262 331

258 577

Valor económico acumulado

Milhares de euros

872 457

820 307

Custos com sinistros

Milhares de euros

825 085

789 792

Em 2020 são os valores agregados da Seguradoras Unidas, SA, da Generali Companhia de Seguros, SA e da Generali Companhia de Seguros Vida, SA

## NEGÓCIO RESPONSÁVEL

/ Código de conduta “The Generali Group Code of Conduct”/ Modalidade de e-learning

Nº

98

823

/ Existência de Canais de reporte confidenciais (whistleblowing)

SIM

SIM

/ Investimentos verdes e sustentáveis

milhares de euros

32 275

24 241

Em 2021 corresponde às entradas / onboarding, uma vez que a grande maioria realizou o curso em 2020

- ☰
- SOBRE NÓS ▶
- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ▶
- NEGÓCIO RESPONSÁVEL ▶
- PARCEIRO PARA A VIDA ▶
- VIVER A COMUNIDADE ▶
- INOVAÇÃO E FUTURO ▶
- ABORDAGEM AO RELATÓRIO ▶
- TABELA DE CORRESPONDÊNCIAS ▶
- INDICADORES ▶

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório de Sustentabilidade 2021 – Generali Seguros

Propriedade: Generali Seguros, S.A.

Desenvolvimento e Coordenação: Área de Sustentabilidade | Marketing Estratégico

Data de edição: Junho 2022

TRAN  
QUILI  
DADE

AÇOREANA

LOGO

grupo  GENERALI