

GENERALI SEGUROS, S.A.

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE



JUNTOS POR
UM MUNDO
MAIS SIMPLES
E SUSTENTÁVEL.

TRAN
QUILI
DADE

AÇOREANA

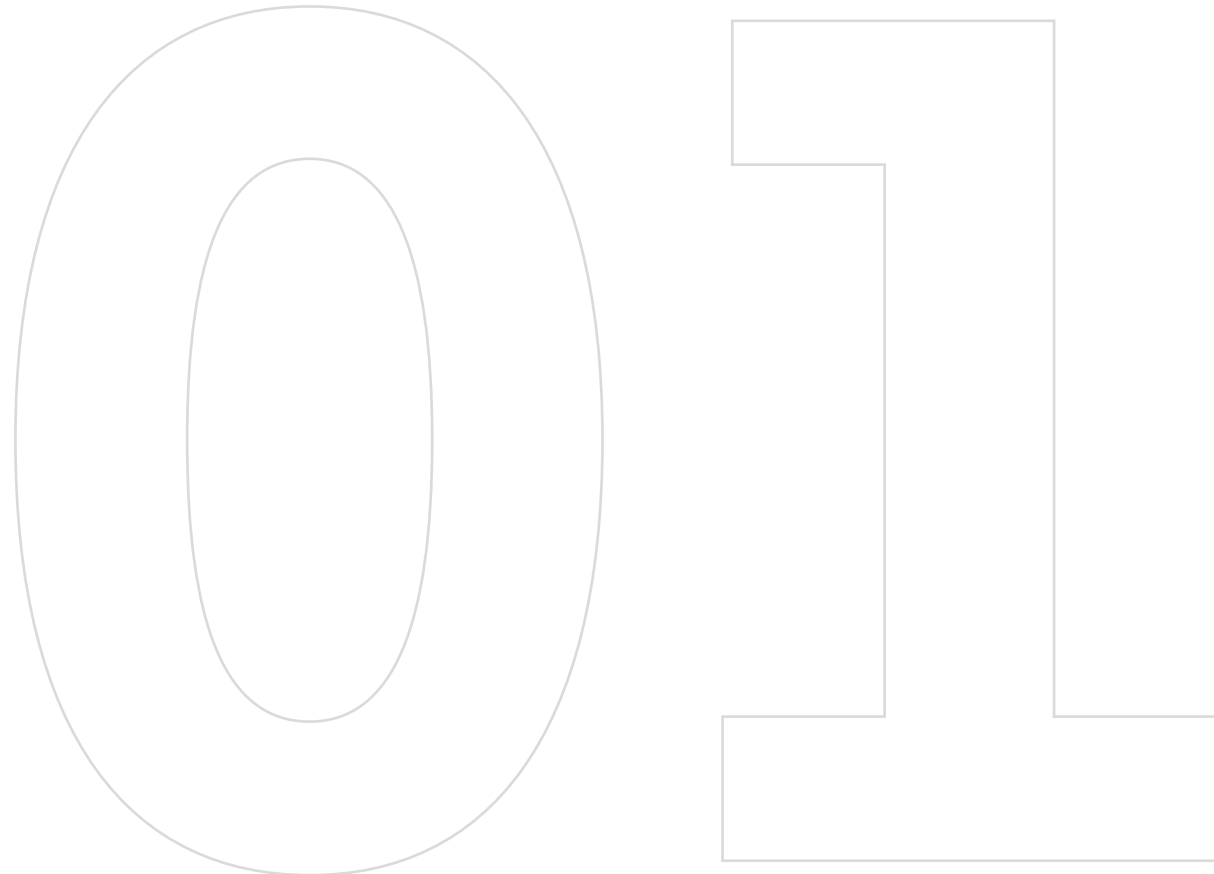
LOGO

grupo  GENERALI

ÍNDICE

01	O NOSSO PRESENTE	03
	MENSAGEM DO CEO	04
	SOBRE NÓS	05
	GRANDES NÚMEROS	06
	O GRUPO	08
	O NOSSO COMPROMISSO	09
	A NOSSA ESTRATÉGIA	11
	DESTAQUES	12
	EMERGÊNCIA COVID-19	13
02	NEGÓCIO RESPONSÁVEL	15
03	AS NOSSAS PESSOAS	25
04	OS NOSSOS CLIENTES E PARCEIROS	36
05	A NOSSA COMUNIDADE	54
06	O NOSSO FUTURO	63
07	RESUMO DE INDICADORES	67

O NOSSO PRESENTE



MENSAGEM DO CEO



Pedro Carvalho | CEO

Fotografia: Miguel Ribeiro Fernandes

ção prevaleceu, e será decisiva para ultrapassarmos com sucesso este “novo normal”, com disciplina, coordenação, e um fluxo de comunicação e colaboração permanente.

Este impacto não se fez sentir só na saúde e na economia, mas também nos nossos comportamentos individuais, que sofreram mudanças profundas. Afinal, os imprevistos e os desastres naturais podem ocorrer repentina e inesperadamente: somos mais vulneráveis do que alguma vez poderíamos ter imaginado.

Tornou-se ainda mais relevante o nosso papel de proteção das pessoas e do seu

Vivemos em 2020 um ano sem paralelo: implementar um exigente processo de integração num dos maiores grupos seguradores europeus, num novo modelo operativo remoto, num contexto de uma pandemia generalizada que impactou a vida das nossas pessoas, e a economia e a saúde em geral.

Protegemos os nossos colaboradores, parceiros e clientes, assegurando a continuidade do nosso negócio. O que fizemos e a dedicação com que o fizemos determinou as muitas conquistas alcançadas na nossa integração, modernização e digitalização.

E a nossa capacidade de superação

património: atentos, próximos e ágeis, na resposta a todas as suas necessidades, e até antecipando as mesmas, fazendo a diferença na vida das famílias, e impactando as nossas comunidades.

O Grupo Generali trouxe-nos um ganho de dimensão e escala, e demos passos importantes na promoção de uma maior sustentabilidade na condução dos negócios, na digitalização dos nossos processos, nas ações em prol do meio ambiente e da luta contra as alterações climáticas.

Plantámos árvores para compensar a nossa pegada ecológica e as emissões da nossa frota, e eliminámos os mil copos de plástico que utilizávamos por dia. Agregados, ultrapassariam a altura da Torre dos Clérigos, e ao fim de um ano, alinhados, ligariam os 20 kms da marginal de Lisboa ao Estoril.

Soubemos adaptar-nos e criar soluções inovadoras, como o seguro Covid-19 para empresas, e injetámos 50 milhões de euros de liquidez adicionais na economia com antecipação de pagamentos a parceiros, prestadores de saúde e fornecedores.

Estamos a construir um local de trabalho ainda mais diverso e inclusivo, focando as competências das pessoas, independentemente do género, da idade, da limitação física ou psicológica. Origens, experiências, percursos e pontos de vista diferentes permitem-nos crescer, inovar e avançar. São as nossas diferenças que fazem a diferença!

Temos a oportunidade de impactar não só o desenvolvimento da nossa organização, como da sociedade e do mundo em que vivemos, e que queremos para nós e para as gerações futuras.

Juntos em momentos de superação. Juntos por um futuro melhor!

SOBRE NÓS

Em 2020, o Grupo Generali concluiu a aquisição da Seguradoras Unidas em Portugal. No mesmo ano ocorreu a fusão legal das seguradoras Generali e Generali Vida na Seguradoras Unidas, a qual altera a sua denominação social para Generali Seguros, S.A.

Após a fusão, a Companhia passou a operar através dos seus escritórios de Lisboa, Porto e Ponta Delgada. A rede de distribuição em Portugal está dividida em 21 zonas comerciais (19 no continente, Açores e Madeira), que são suportadas por escritórios locais e por um total de 688 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 675 lojas de parceiros com imagem da **Tranquilidade** ou **Açoreana** (nos Açores), dos quais 262 são exclusivos. A **LOGO** é a nossa marca digital de seguros e a primeira direta a disponibilizar compra totalmente online.

No nosso negócio, tocamos a vida de muitas pessoas, todos os dias, e sempre focámos os nossos esforços para proteger as pessoas, o seu bem-estar, o nosso planeta e as gerações futuras. Trata-se de criar valor duradouro e compartilhado entre as várias partes interessadas: clientes, colaboradores, distribuidores, acionistas, fornecedores, comunidades locais, ambiente e a sociedade em geral.

As nossas marcas

TRAN
QUILI
DADE

AÇOREANA

LOGO

GRANDES NÚMEROS



1.900.000

CLIENTES



1.114

COLABORADORES



2.500

MEDIADORES



937,8 M€

VOLUME DE PRÉMIOS
(Vida + Não Vida)



688

PONTOS DE VENDA



60,7 M€

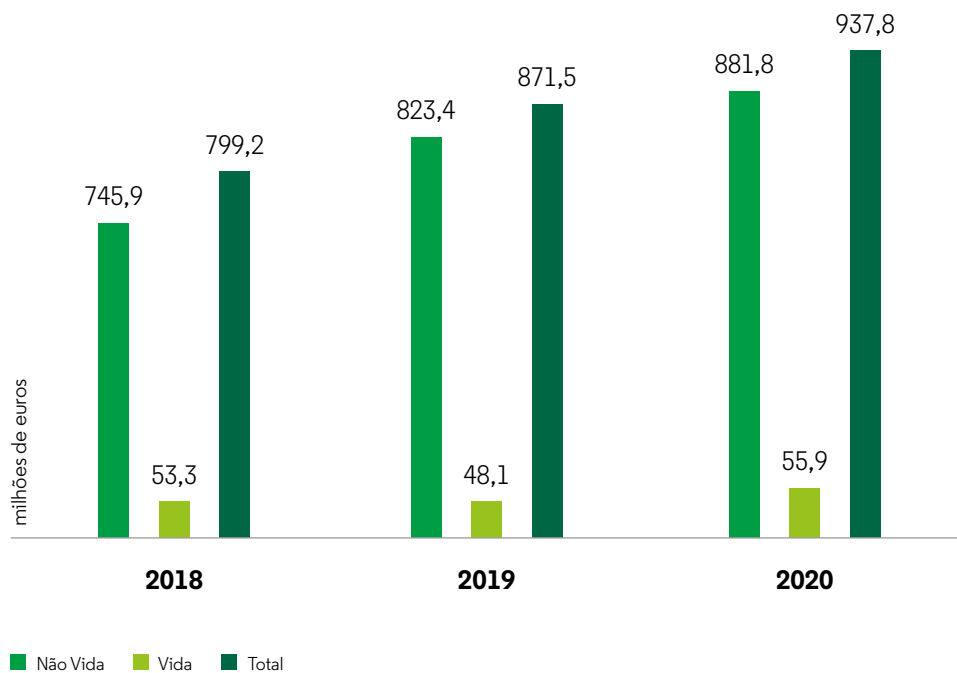
CUSTOS COM COLABORADORES



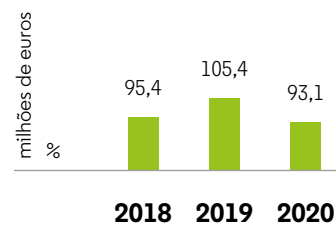
47,5 M€

CUSTOS COM FORNECEDORES

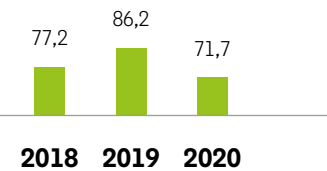
Prémios de seguro direto



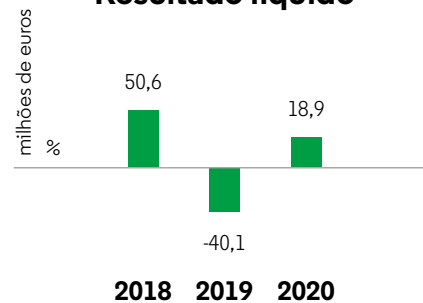
Rácio combinado (Líquido de Resseguro)



Taxa de sinistralidade (Líquida de Resseguro)



Resultado líquido



Nota: A Generali Seguros, S.A. resultou da fusão por incorporação de entidades em 01 de outubro de 2020. Por esta razão, a informação financeira aqui apresentada para o ano de 2020 corresponde ao balanço fusionado de todas as entidades. Desta forma, as demonstrações financeiras com referência ao exercício findo em 31 de dezembro de 2020 não são diretamente comparáveis com as dos exercícios anteriores, que apenas diziam respeito à Seguradoras Unidas, S.A.

O GRUPO

A Generali é um dos maiores fornecedores mundiais de seguros e gestão de ativos. Fundada em 1831, está presente em 50 países do mundo com um total de receitas de prémios de cerca de 71 mil milhões de euros. Com mais de 70 mil colaboradores e servindo 66 milhões de clientes, o Grupo tem uma posição de liderança na Europa e uma presença crescente na Ásia e na América Latina. A ambição da Generali é ser o parceiro para a vida dos seus clientes, oferecendo soluções inovadoras e personalizadas graças a uma rede de distribuição inigualável.



Um dos grupos seguradores líderes mundialmente



66 M
CLIENTES



50
PAÍSES



664 MM€
ATIVOS SOB GESTÃO



~ 72 Mil
COLABORADORES



TOP 100
MUNDIAL DE EMPRESAS SUSTENTÁVEIS



~ 71 MM€
EM PRÉMIOS

Generali no top 100 das empresas mais sustentáveis do mundo

A Generali passou a integrar o *ranking* The Corporate Knights - 2020 Global 100 Most Sustainable Corporations. Na sua 16ª edição, este *ranking* foi divulgado após uma avaliação de 7.395 empresas com mais de mil milhões de dólares de receitas. Este reconhecimento destaca a evolução do percurso sustentável do grupo, que é parte integrante do plano estratégico “Generali 2021”.

O compromisso da Generali com a sustentabilidade é também declarado pelos numerosos índices de sustentabilidade em que está incluída, tais como Dow Jones Sustainability World Index, Dow Jones Sustainability Europe Index, MSCI ESG Leaders Indexes, FTSE4Good Europe e Euronext Vigeo Europe 120.

Este compromisso da Generali está de acordo com outras ações realizadas pelo Grupo na área da sustentabilidade, como a participação na Net-Zero Asset Owner Alliance e na EU Green Recovery Alliance.

É importante ainda destacar que a Generali assinou o pedido aos governos da UE para reduzir as emissões de gases poluentes em 55% até 2030, dirigido pelos Corporate Leaders Groups da Universidade de Cambridge.

Para uma resposta rápida e eficiente face à pandemia que afetou o mundo durante todo o ano de 2020, o grupo Generali tomou medidas importantes, entre as quais, e como forma de reafirmar a sua responsabilidade e o seu compromisso com as comunidades, a criação de um fundo de 100 milhões de euros para o combate global à Covid-19.

O NOSSO COMPROMISSO



Queremos marcar a diferença e estamos a tomar medidas para isso.

Responder às megatendências que moldam o nosso negócio e a sociedade no seu todo

- Desenvolver soluções de seguros que permitam aos nossos clientes reduzir os riscos e aumentar as oportunidades que decorrem das alterações climáticas e das tendências demográficas
- Abordar as alterações climáticas e tendências demográficas em toda a nossa cadeia de valor, desde os seguros, aos investimentos, operações e património através das atividades que realizamos dentro da comunidade
- Trazer as megatendências para a consciência pública, encorajando *stakeholders* a tomarem medidas eficazes.

Ser a primeira escolha dos nossos clientes

- Ouvir atentamente as necessidades e expectativas dos nossos clientes, respondendo com soluções simples e eficazes que lhes ofereçam a melhor proteção possível
- Ajudar os nossos clientes a prevenir riscos antes que estes ocorram e promover um comportamento responsável – combinando a nossa experiência de longa data com tecnologias de ponta para oferecer soluções telemáticas, domésticas e de saúde
- Apoiar os nossos clientes com rapidez e sensibilidade, especialmente na gestão de sinistros, sempre que precisarem de nós

- Liderar na inovação digital para tornar os seguros acessíveis em qualquer tempo e lugar e proteger os dados que nos são confiados pelos nossos clientes.

Valorizar os nossos mediadores

- Ouvir a nossa distribuição de modo a identificar e eliminar pontos fracos e melhorar a sua experiência com a Generali, ajudando os nossos mediadores a oferecer um serviço melhor aos clientes
- Potenciar a inovação para tornar a experiência da nossa distribuição “Mais Simples, Mais Inteligente” e fornecer soluções digitais que respondam às suas necessidades
- Permitir que a nossa distribuição se torne consultiva na sua abordagem, para melhor responder às necessidades dos nossos clientes.

Contribuir para o diálogo sobre a sustentabilidade dentro da comunidade financeira

- Criar valor sustentável a longo prazo para os nossos acionistas e segurados, agindo de forma responsável
- Gerir estrategicamente a pegada de carbono dos nossos ativos financeiros, com base no Acordo de Paris
- Investir para promover o crescimento nas economias em que operamos
- Abrir um diálogo construtivo sobre questões de sustentabilidade com intervenientes e instituições no mercado financeiro.

Construir um ambiente de trabalho inspirador

- Gerir os nossos colaboradores de forma cuidadosa e responsável, perpetuando os nossos valores
- Capacitar os nossos colaboradores ao desenvolver o seu talento e promover o seu bem-estar
- Envolver os nossos colaboradores num diálogo bilateral e criar uma cultura partilhada, assente em *performance* e responsabilidade
- Promover os direitos humanos, adotando políticas e desenvolvendo iniciativas que fomentam a diversidade e inclusão em todo o Grupo
- Gerir o impacto e as oportunidades decorrentes das alterações climáticas e da mudança demográfica nos nossos colaboradores.

Oferecer um serviço ímpar em conjunto com os nossos parceiros contratuais

- Criar parcerias a longo prazo com os nossos parceiros contratuais, partilhando com eles uma cultura de integridade, *performance* e transparência
- Gerir as relações com os nossos fornecedores e prestadores de serviços de uma forma responsável
- Desafiar os nossos parceiros e colaborar com eles a fim de proporcionar uma experiência de cliente de primeira classe, reconhecida como tal pelos nossos clientes e pelo mercado.

Alcançar um impacto tangível nas nossas comunidades

- Avançar com soluções inovadoras para questões sociodemográficas urgentes através da ação dentro da comunidade e com foco em mobilidade social, migração e mortalidade neonatal
- Capacitar pessoas em condições difíceis, possibilitando mudanças de vida e desbloqueando o seu potencial
- Construir coligações na sociedade civil para enfrentar as mudanças climáticas e sociodemográficas.

Ser confiável enquanto cidadão corporativo empenhado

- Agir com integridade, encorajando os nossos gestores a liderar pelo exemplo e a responsabilizar as suas equipas de acordo com os princípios éticos partilhados
- Respeitar os direitos humanos e prevenir a corrupção em todas as nossas esferas de influência
- Comunicar o nosso compromisso com a sustentabilidade aos nossos *stakeholders* e envolvermo-nos num diálogo constante para melhorar continuamente
- Trabalhar com governos e outras organizações nacionais e internacionais para defender a transparência e alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

A NOSSA ESTRATÉGIA

A sustentabilidade é um impulsionador da nossa estratégia de negócios.

Os três pilares da estratégia do grupo Generali estão alinhados com as promessas da nossa Carta de Compromisso de Sustentabilidade.

Ser parceiro para toda vida dos nossos clientes, mudando o foco dos produtos para as necessidades dos nossos clientes, viver a comunidade e capacitar os nossos colaboradores com novas competências são apenas alguns dos exemplos da abordagem sustentável do grupo Generali.

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

Nesta caminhada, os nossos clientes, acionistas, colaboradores, distribuidores, fornecedores e todos os restantes intervenientes desempenham um papel central e, por isso, valorizamos a sua confiança.

Esta é a nossa visão de uma liderança de confiança: caminhar em conjunto com os nossos *stakeholders*, compreender a dimensão do impacto que as nossas decisões têm sobre eles e agir de forma responsável com o objetivo de promover a sua satisfação e inspirar confiança na nossa marca.

Para desenvolver esta visão no nosso dia a dia

Gerimos um negócio sustentável:

- Ouvimos e consideramos as expectativas dos *stakeholders* no nosso processo de tomada de decisão, com o intuito de gerir riscos sociais e ambientais
- Transformamos informação em conhecimento de modo a abordar megatendências e encontrar soluções alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- Praticamos transparência ao partilhar abertamente o nosso progresso em questões sociais e ambientais.

Vivemos a comunidade, além das operações de negócio:

- Agimos estrategicamente, mobilizando as competências, os recursos e *networks* do Grupo para enfrentar os desafios mais urgentes da sociedade
- Estabelecemos cadeias de ajuda, de pessoas que ajudam pessoas
- Estamos concentrados nos resultados para alcançar um impacto tangível e mensurável.

DESTAQUES

Para um mundo mais simples e sustentável

- Iniciativas de responsabilidade social mais focadas no combate aos efeitos gerados pela pandemia Covid-19
- 860 mil Clientes Verdes na Tranquilidade e Açoreana + 160 mil Clientes desmaterializados na LOGO
- Reforço dos canais de atendimento não presenciais
- Simplificação da linguagem e comunicação com os nossos clientes, parceiros e colaboradores
- Maior agilidade com aumento do número de apólices totalmente digitais
- Flexibilidade nos nossos processos e ferramentas com automação, programas de simplicidade e desmaterialização
- Agilização e antecipação de 50 milhões de euros em pagamentos a parceiros, prestadores de saúde e fornecedores
- Criação de seguro inovador de Saúde Covid-19, com oferta de donativo de 18.000 euros à Cruz Vermelha Portuguesa e 6.000 euros ao Serviço Regional de Proteção Civil e Bombeiros dos Açores
- Oferta do seguro de Saúde Covid-19 aos nossos colaboradores
- Oferta de equipamento PCR para realização de testes Covid-19 nos Açores
- Parceria na prevenção de incêndios com a campanha Portugal Chama
- Instalação de ecrãs digitais nas lojas de Lisboa e Porto.


EMERGÊNCIA COVID-19

Como a pandemia acelerou o processo de transição das empresas para uma economia mais sustentável e resiliente.

A pandemia de Covid-19 não afetou apenas a saúde pública e a economia global; os nossos comportamentos individuais também sofreram mudanças profundas devido a medidas como o distanciamento social, a redução nas deslocações e a utilização de novos modelos de negócios e formas de trabalhar. A pandemia e a subsequente crise económica lançaram vários desafios às empresas, tais como a **promoção de uma maior sustentabilidade na condução dos negócios, a digitização dos processos organizacionais e produtivos e o surgimento de novas formas de apoiar as empresas.**

A sustentabilidade tornou-se cada vez mais urgente no período pós-pandémico. As decisões relativas aos trabalhadores, especialmente à sua saúde e proteção social, às políticas de trabalho remoto ou de desemprego, tornaram-se cada vez mais cruciais no âmbito do processo organizacional e decisório das empresas e dos investidores. As ações corporativas em prol do meio ambiente e a luta contra as alterações climáticas também se encontram entre os objetivos de empresas e investidores.

Em resposta à pandemia do coronavírus, muitas instituições internacionais, incluindo o Fundo Monetário Internacional (FMI) e a União Europeia, lançaram uma série de iniciativas que, para além de apoiarem as empresas afetadas pela crise, promovem uma mudança radical no sentido de uma maior sustentabilidade. O novo Pacto Ecológico Europeu, anunciado pela UE antes do surto da pandemia, e o plano Next Generation EU, criado para enfrentar as suas consequências, irão integrar fundos ligados à implementação de objetivos sustentáveis. O Banco Central Europeu também anunciou o seu apoio a projetos relacionados com a economia circular, com o objetivo de acelerar a luta contra as alterações climáticas.



A pandemia deu origem a uma oportunidade sem precedentes para tirar partido da digitização, remodelar o setor financeiro de acordo com as necessidades dos cidadãos e financiar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Os aspetos da digitização que contribuem para a melhoria dos processos de produção e alargam o acesso aos serviços, especialmente o financiamento, são cruciais para as empresas, particularmente nos países em desenvolvimento. O relatório do Grupo de Trabalho das Nações Unidas sobre o financiamento digital dos ODS, “People’s Money: Harnessing Digitalisation to Finance a Sustainable Future”, publicado em agosto de 2020, procura indicar o caminho a seguir para instalar o desenvolvimento sustentável no centro da evolução disruptiva de digitização do setor financeiro, considerada fundamental para permitir uma transição global para o desenvolvimento sustentável do futuro.

De acordo com o relatório, **a pandemia está a destacar os benefícios imediatos da economia digital** e o potencial disruptivo da digitização na transformação do setor financeiro: as tecnologias de pagamento móvel transformaram os telemóveis em instrumentos financeiros para mais de mil milhões de pessoas. Além disso, a digitização apoia o *big data* e a inteligência artificial na promoção de moedas digitais, empréstimos *peer-to-peer*, plataformas de *crowdfunding* e mercados online. À luz disto emerge assim uma oportunidade sem precedentes de explorar a digitização para ligar cidadãos e empresas aos proprietários finais dos recursos financeiros.

Em 2020, e face aos impactos da Covid-19, o plano de responsabilidade social da Generali Seguros esteve muito focado em iniciativas ligadas ao combate dos efeitos devastadores da pandemia, com consequências significativas na economia, famílias e empresas.

A nível interno foram definidas inúmeras medidas de prevenção e proteção das nossas pessoas e do negócio, tais como a criação de uma *task force* para acompanhar a evolução desta pandemia, o contacto permanente com os Ministérios da Saúde e Relações Externas, a partilha de informação contínua e a implementação de uma série de orientações internas: como novas diretrizes de viagens, o cancelamento de grandes eventos e reuniões, o uso da tecnologia para *smart working*, o acesso a medicina interna e a entrega de *kits* pessoais de máscaras e álcool-gel.

Também quisemos estar ainda mais próximos dos nossos clientes e parceiros e apoiá-los com medidas adicionais, face à Covid-19

- Antecipação de pagamentos no valor de 50 milhões de euros para apoiar e garantir maior liquidez a agentes, fornecedores e prestadores de saúde
- Flexibilização do pagamento dos seguros e adiamento automático do prazo de pagamento em 60 dias
- Simplificação de processos no momento de subscrição e aprovação de seguros, com a dispensa de exames médicos no seguro de vida associado ao crédito à habitação
- Ajuste do seguro de Acidentes de Trabalhador Independente em situações de redução de rendimento a pedido do cliente
- Inclusão do teletrabalho no seguro de Acidentes de Trabalho
- Ajustamento da massa salarial para empresas em *lay-off*
- Inclusão automática da entrega ao domicílio como atividade coberta para restaurantes
- Lançamento de seguro de Saúde Covid-19 para empresas disponibilizarem aos seus colaboradores, como uma forma de facultarem um apoio financeiro imediato aos seus colaboradores que viessem a contrair Covid-19
- Oferta de equipamento PCR para realização de testes Covid-19 nos Açores, permitindo-lhes triplicar a capacidade de realização de testes em laboratório, no Serviço Regional de Saúde
- Pagamento dos custos com testes de diagnóstico à Covid-19 no âmbito e condições do seguro de saúde
- Criação de linha telefónica de primeira assistência para acidentes não relacionados com situações de emergência, para não sobrecarregar o Serviço Nacional de Saúde
- Disponibilização de guias de boas práticas e de segurança em teletrabalho.

NEGÓCIO RESPONSÁVEL



Participação ativa

O objetivo do Grupo é maximizar o seu papel enquanto investidor institucional para promover a mudança através do investimento. O Grupo emprega o diálogo para encorajar as empresas emissoras a agir de forma responsável, pedindo-lhes que justifiquem a sua conduta caso esta não cumpra os padrões de sustentabilidade estabelecidos pelo Grupo.

Com o objetivo mais amplo de orientar o papel do Grupo enquanto proprietário ativo, definimos um abrangente Quadro de Grupo para a Participação Ativa, regulamentado por uma *Guideline* de Grupo redigida de acordo com as obrigações introduzidas pela Diretiva sobre Direitos dos Acionistas II, focada na política de envolvimento dos investidores institucionais (Art. 3G da Diretiva (EU) 2017/828, que altera a Diretiva 2007/36/EC), e pela Divulgação de Informações Relacionadas com a Sustentabilidade (Regulamento EU 2019/2088), que toma devidamente em conta as melhores práticas dos padrões internacionais aos quais o Grupo adere.

Carteiras de investimento responsável

Ao longo de vários anos, temos também vindo a aplicar critérios de Investimento Sustentável e Responsável para uma seleção da carteira de investimentos do Grupo (enquanto detentor de ativos) e para produtos de investimento oferecidos no mercado (enquanto gestor de ativos).

Como detentor de ativos: 33.837 milhões de euros

A metodologia ESG (Environmental, Social, and Governance), desenvolvida internamente pelas equipas dedicadas de gestão de ativos da Generali, integra aspetos financeiros tradicionais e aspetos não financeiros e permite-nos selecionar as melhores companhias em termos da sua responsabilidade social empresarial e das suas políticas de desenvolvimento sustentável, para elaborar mandatos dedicados para investimento responsável.

A abordagem que desenvolvemos e que resultou na criação de uma base dados interna, a Sustainability Analysis of Responsible Assets (SARA), permite-nos analisar e selecionar empresas líderes na responsabilidade social empresarial e no desenvolvimento sustentável. Todas as empresas periodicamente analisadas recebem os resultados da nossa análise, para promover o debate e destacar áreas de melhoria.

Como gestor de ativos: 7.671 milhões de euros

Estamos a impulsionar a integração da ESG não só em termos dos nossos investimentos, mas também na gama de produtos de investimento ESG oferecidos ao mercado. Em 2019, o Grupo adquiriu a Sycomore, uma gestora de ativos especializada em fundos ESG, reforçando o nosso compromisso de incluirmos os critérios ESG na gestão de carteiras. A oferta da Sycomore é ampla e inclui fundos certificados pelo SRI (Investimento Socialmente Responsável), fundos que integram o fator ESG e fundos com temas específicos relacionados com macrotendências de sustentabilidade.

SISTEMA DE CONTROLO INTERNO

A estrutura organizativa da empresa baseia-se no modelo das três linhas de defesa:

O **Órgão de Administração** é o responsável máximo pela promoção do sucesso da Companhia a longo prazo, garantindo que esta gera valor para os tomadores de seguro, os colaboradores, o acionista e a sociedade em geral. O Órgão de Administração define a estratégia e valores da empresa, competindo-lhe nomeadamente:

- Assegurar a eficácia dos sistemas de gestão de riscos e de controlo interno
- Participar ativamente na discussão e implementação da Autoavaliação prospetiva dos riscos (ORSA - Own Risk Solvency Assessment) e aprovar o seu relatório final
- Aprovar o apetite ao risco da Companhia e os limites globais de tolerância face ao risco nos termos definidos nas políticas internas, assim como as principais estratégias e políticas de gestão de risco
- Monitorizar o cumprimento dos rácios de solvência, do plano e dos vários limites definidos
- Estabelecer planos de recuperação de capital.

A **1.ª linha de defesa** é representada pelas Estruturas Orgânicas da Companhia, que são as áreas responsáveis pela operacionalização da Gestão de Risco e respetivos controlos no exercício das suas funções. Entre as competências da primeira linha de defesa, destaca-se:

- Executar o Plano de Negócios
- Gerir os proveitos e os custos relacionados com o negócio
- Identificar, avaliar e gerir os riscos de acordo com as normas e procedimentos instituídos e alinhar o negócio com os processos de Gestão de Risco e Controlo Interno
- Reportar, através de uma linha de reporte funcional, todos os temas relacionados com Gestão de Risco e Controlo Interno.

A **2.ª linha de defesa**, que compreende a Direção de Risco, a Direção de *Compliance* e *Data Protection Officer* (DPO) – a quem compete a função de verificação do cumprimento – e a Função Atuarial, tem uma função de supervisão e monitorização no âmbito do Sistema de Gestão de Risco e Controlo Interno. As funções-chave que compõem a segunda linha de defesa reportam diretamente ao Órgão de Administração e ao mesmo tempo, de acordo com o modelo do Grupo, aos responsáveis das respetivas funções a nível internacional, assegurando a sua independência dentro da Companhia.

Entre as competências da segunda linha de atuação, destacam-se:

- Desenvolver tecnicamente a regulamentação interna, estrutura, metodologias e ferramentas de Gestão de Risco da Companhia
- Monitorizar o Perfil de Risco da Companhia
- Sistematizar e difundir as normas e procedimentos internos e reporte às entidades reguladoras
- Pesquisar as melhores práticas de Sistemas de Gestão de Risco e Controlo Interno;
- Supervisionar e apoiar as ações da 1.ª linha
- Avaliar os controlos
- Reportar ao Órgão de Administração.



A **3.ª linha de defesa** é composta pela função de auditoria interna independente, sendo da sua responsabilidade:

- Providenciar, de forma objetiva, que as atividades realizadas pela 1.ª e 2.ª linha estão de acordo com as normas e regulamentação interna instituídas
- Identificar a existência de *gaps* nos controlos realizados pelas duas linhas a montante e identificar recomendações
- Executar os testes de eficácia dos controlos e identificar ações corretivas.

SISTEMA DE CONTROLO INTERNO E DE GESTÃO DE RISCOS

Ambiente de controlo interno

- “Tone at the top”
- Integridade
- Fit & Proper
- Remuneração

Atividades de controlo interno

- Atribuição de responsabilidades
- Segregação de deveres
- Coordenação de atividades
- Identificação e avaliação dos riscos
- Procedimentos contabilísticos e de reporte financeiro

Sensibilização

- Conhecimento do papel desempenhado no SCIGR
- Conhecimento das normas aplicáveis
- Conhecimento da informação necessária ao desempenho das tarefas

Monitorização e reporte

- Informação ao Órgão de Administração e de gestão de topo e às funções-chave

Ambiente de controlo interno

A Generali Seguros implementou um ambiente de controlo interno que é a base para todos os outros componentes do controlo interno, na medida em que proporciona disciplina e estrutura. Baseado em princípios de ética e de integridade, através da definição de funções e atribuição de responsabilidades, o ambiente dá o tom da organização e fortalece a consciência de controlo nos colaboradores, dá a conhecer a todos não só a estratégia, mas também a filosofia e estilo operacional de gestão da companhia e permite o desenvolvimento de competências e a melhoria da comunicação entre as várias áreas.

Liderança pelo exemplo

O “*Tone at the top*” é um dos componentes chave do ambiente de controlo. O Órgão de Administração, bem como todos os níveis de gestão, devem liderar pelo exemplo, devendo-se comprometer com uma atitude de abertura, honestidade, integridade e com um comportamento ético. Todos devem atuar como modelo e promover uma cultura baseada nos valores do Grupo, em comportamentos éticos em conformidade com a legislação, Políticas e *Guidelines*.

Integridade

Um alto nível de integridade é uma parte essencial do ambiente de controlo. É importante que o Órgão de Administração e todos os níveis de gestão promovam e apoiem as iniciativas de fomento/implementação dos valores do Grupo, do Código de Conduta do Grupo no âmbito legislativo/regulatório em que atuam.

As formações em temas de *compliance* e ética são consideradas obrigatórias para todos os colaboradores: deve ser promovido e facilitado o acesso aos canais disponíveis para reporte de condutas consideradas inadequadas ou inconsistentes com os regulamentos externos e internos. Com efeito, sendo igualmente de grande importância todas as

componentes do Código de Conduta, a Generali Seguros implementou um mecanismo de suporte à denúncia de problemas e de condutas incorretas e de um modo geral de violações do Código de Conduta.

Sensibilização

A Generali Seguros garante que todos os colaboradores estejam conscientes do seu papel no sistema de controlo interno, das regras internas e externas, responsabilidades na gestão dos riscos bem como de outras informações adequadas/necessárias para o bom cumprimento da sua função. A consciência dos riscos incorporados nas suas atividades diárias é essencial pelo que uma cooperação eficaz, a divulgação de relatórios internos e a comunicação de informações devem ser asseguradas a todos os colaboradores pela Gestão de Topo e funções-chave da Generali Seguros.

O dever de conhecimento e de cumprimento dos requisitos regulamentares internos e externos relevantes, bem como o dever de estar atento e de auxiliar na mitigação dos riscos, deve ser parte integrante das funções de cada colaborador.

Monitorização e reporte

A Generali Seguros monitoriza e elabora os correspondentes relatórios, por forma a garantir que a qualidade do desempenho do sistema de controlo interno seja avaliada ao longo do tempo. Os mecanismos de monitorização e de reporte do sistema de controlo interno devem prever um processo de comunicação rápido e eficaz à gestão de topo e ao Órgão de Administração, relativamente às informações relevantes, que permitam uma decisão rápida. Assim, os relatórios de reporte devem ser oportunos, precisos, completos e incluir as sugestões de melhorias que devem ser incentivadas. Os processos de monitorização devem incluir atividades regulares de gestão e supervisão de outras ações que os colaboradores devam prosseguir no desempenho das suas funções.

SISTEMA DE GESTÃO DO COMPLIANCE (COMPLIANCE MANAGEMENT SYSTEM)

O Grupo Generali considera a integridade e o cumprimento dos regulamentos externos e internos uma parte essencial da cultura de toda a organização, sendo igualmente uma vantagem competitiva na concretização de negócios.

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

A Política do Grupo sobre o Sistema de Gestão do *Compliance* estabelece as regras fundamentais para cada uma das entidades do Grupo, definindo as diretrizes do Grupo para o Sistema de Governação. Para além disso, delinea as principais características que a função de *Compliance* deve ter, bem como a sua missão, o âmbito de atividade, o modelo de governação e o funcionamento a nível local.

Os 3 pilares de comportamento estabelecidos na política são:

- 1 **Correção e honestidade**
- 2 **O *Compliance* começa no topo**
- 3 **O *Compliance* é da responsabilidade de todos os colaboradores**

CÓDIGO DE CONDUTA

O Código de Conduta da Generali Seguros, que pode ser consultado **aqui**, contém os valores pelos quais nos regemos e com os quais nos identificamos. O Código aplica-se a todos os colaboradores e a terceiros que connosco se relacionam (Consultores, Fornecedores, Agentes).

O Código não pretende ser um mero conjunto de obrigações ou de regras, mas sim um guia orientador dos nossos comportamentos, que deve ser consultado em caso de dúvida no nosso dia a dia.



A confiança é construída com base no profissionalismo e na ética e é um dos nossos mais preciosos valores, por esse motivo devemos preservá-la e fortalecê-la. É importante que todos estejamos alinhados com as nossas responsabilidades e compromissos: atuar de acordo com os mais elevados padrões éticos e de excelência.

Encorajamos todos os nossos colaboradores a reportarem, por escrito ou oralmente, qualquer situação em que o Código e os seus valores, os regulamentos internos ou a lei não sejam respeitados. Garantimos confidencialidade e protegemos os colaboradores ou outros que, em boa fé, reportem preocupações ou participem numa investigação. Não estarão protegidos da mesma forma aqueles que não atuem de acordo com os princípios do Código de Conduta ou reportem preocupações de má fé.

Na Generali Seguros é promovido 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 efetivamente seguidos.

LINHA DE ÉTICA / HELPLINE

Para reporte de preocupações de condutas incorretas a Generali Seguros disponibiliza canais de reporte que configuram a tipologia de *whistleblower mechanism*:

LINHA DE ÉTICA

É um canal independente, que assegura a receção, o tratamento e o arquivo das comunicações de irregularidades, pela Direção de *Compliance & DPO*.



HELPLINE DO GRUPO

É uma Linha de apoio de *Compliance* de âmbito mais alargado, acessível em todos os países onde o Grupo atua, gerida por um prestador externo internacional.

Estes canais destinam-se ao reporte de preocupações de situações relacionadas com irregularidades com a Lei ou incumprimento com os princípios, comportamentos esperados e valores estabelecidos no Código de Conduta do Grupo Generali e nos Regulamentos internos e externos.

Tratam-se de canais confidenciais e dedicados diretos às áreas de *Compliance* do Grupo Generali (local e de Grupo).

A Generali tem ainda disponíveis para outros tipos de comunicações (por exemplo: reclamações e informações comerciais, conhecimento ou suspeita de prática de uma fraude) outros canais e linhas de contacto e apoio nos *websites* e portais dedicados.

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, que pode ser consultado [aqui](#), permite dar a conhecer, evitar, identificar, eliminar e sancionar situações e comportamentos suscetíveis de consubstanciar Assédio no Trabalho e é aplicável a toda a Companhia.

É um instrumento privilegiado na resolução de questões éticas relacionadas com a prática de assédio moral e/ou sexual, garantindo a conformidade da Companhia com as normas legais existentes, 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.

Comprometemo-nos a:

- Incentivar as boas relações no ambiente de trabalho, promovendo um clima de tolerância à diversidade e respeito pela diferença, fazendo uma gestão adequada de conflitos
- Promover ações de formação e sensibilização sobre os temas da prevenção e combate ao assédio no trabalho
- Prestar apoio aos colaboradores vítimas de assédio no trabalho
- Sinalizar, acompanhar e encaminhar todas as situações que indiciem a prática de assédio
- Tratar das comunicações de situações de assédio no trabalho sempre que se encontrem preenchidos os pressupostos legais para o efeito, garantindo um processo transparente, justo e seguro.

Qualquer violação no âmbito ao Código de Conduta, no geral, ou ao Código de Boa Conduta para a Prevenção e Combate ao assédio no trabalho, em particular, será encarada como um incumprimento grave e gerido em conformidade com os regulamentos externos e internos aplicáveis nestas matérias.

CÓDIGO ÉTICO PARA FORNECEDORES DO GRUPO GENERALI



O Código Ético para Fornecedores do Grupo Generali, que pode ser consultado [aqui](#), pretende comunicar a todos os nossos fornecedores a nossa abordagem e o nosso comportamento perante temas de relevância social e ambiental, bem como as regras de conduta adotadas internamente.

É fundamental que exista um alinhamento dos valores e das condutas, que contribua para um ambiente saudável, competitivo, leal, sustentável e transparente.

Implementámos mecanismos de controlo para as várias categorias de fornecedores.

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.

CÓDIGO DE CONDUTA DO PARCEIRO DE NEGÓCIOS DA GENERALI SEGUROS, S.A.



O Código de Conduta do Parceiro de Negócios, que pode ser consultado [aqui](#), define os valores e as expectativas que temos perante os nossos parceiros de negócios.

Esperamos ser alertados sempre que os nossos parceiros tenham conhecimento de qualquer situação, ainda que não concretizada, que conflite com o disposto no presente documento.

A violação daquele instrumento ou da legislação relacionada aplicável é considerada justa causa de rescisão do contrato.

CARTA DE COMPROMISSO DE SUSTENTABILIDADE DO GRUPO



O Grupo assumiu o compromisso para com os temas da Sustentabilidade.

Assim:

- Celebramos negócios de forma sustentável, focando-nos na excelência
- Desempenhamos um papel ativo junto da comunidade
- Adotamos regras de *governance* apropriadas e íntegras.

A Sustentabilidade contribui para a criação de valor.

O nosso compromisso com a sustentabilidade já tem larga história.

Ao longo dos anos, o Grupo aderiu a diversas iniciativas, tais como:

- 1 Global Compact (2007)**
- 2 Principles for Responsible Investment (2011)**
- 3 Principles for Sustainable Insurance (2014)**
- 4 Paris Pledge for Action (2015)**

POLÍTICA DE SUPERVISÃO E GOVERNAÇÃO DE PRODUTOS (POG)

Como princípio geral de conduta de mercado, a Companhia e o Grupo têm definida uma Política de Supervisão e Governança de Produtos (POG), que inclui a consideração dos riscos de sustentabilidade, designadamente os riscos que podem resultar 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, existe preferência por investir em atividades económicas que:

E meio ambiente
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, controlo de prevenção da poluição e proteção e restauração de biodiversidade e ecossistemas.

S social
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
respeitem as boas práticas de governação, como estruturas de gestão sólidas, ética empresarial forte, remuneração adequada para os colaboradores relevantes e conformidade tributária.

COMBATE À CORRUPÇÃO

A corrupção consiste na prática de um qualquer ato ou a sua omissão, seja lícito ou ilícito, contra o recebimento ou a promessa de uma qualquer compensação que não seja devida, para o próprio ou para terceiro. Consideram-se ainda as seguintes práticas conexas: tráfico de influência, suborno, peculato, participação económica em negócio, concussão (indução em erro), abuso de poder e violação de segredo por colaborador. Existem leis que proíbem a corrupção de entidades públicas e privadas. As sanções por violação destas leis incluem sanções penais e civis que podem ser aplicadas tanto aos indivíduos envolvidos como ao Grupo. Estas regras têm como objetivo mitigar o risco de que o suborno e a corrupção sejam cometidos.

O Grupo condena e combate todas as formas de suborno e corrupção, pelo que não será tolerada qualquer forma de corrupção, seja ela passiva ou ativa, incluindo o suborno e a extorsão.

É permanentemente reforçada a nossa posição, através de campanhas de divulgação e sensibilização que dão a conhecer e reforçam as proibições e conceitos associados à corrupção, bem assim como as boas práticas e procedimentos de prevenção e combate.

Os colaboradores devem conduzir as suas atividades profissionais de forma honesta e ética, devem abster-se de oferecer ou aceitar pagamentos, presentes, entretenimento ou outros benefícios indevidos.

É sempre proibido prometer, dar ou receber ofertas em dinheiro ou métodos de pagamento equivalentes, ou qualquer outro tipo de títulos negociáveis. Presentes, entretenimento, ou outros benefícios só podem ser oferecidos ou aceites se relacionados com a atividade profissional e se comumente considerados normais e apropriados às circunstâncias (quando forem razoáveis e dentro da legislação local) e não devem por norma exceder o valor estabelecido internamente.

INVESTIMENTO RESPONSÁVEL

O compromisso do Grupo Generali para com a sustentabilidade é o terceiro pilar da nossa estratégia Generali 2021 e refere-se à criação de valor a longo prazo para os nossos *stakeholders*: não só os acionistas, investidores e clientes, mas também colaboradores, fornecedores, o ambiente, as comunidades locais e a sociedade em geral. Identificámos objetivos concretos, ligados ao nosso negócio e ao nosso compromisso com a comunidade: o Grupo comprometeu-se a aumentar os prémios provenientes de produtos ambientais e sociais entre 7 a 9% e a alocar 4,5 mil milhões de euros para novos investimentos verdes e sociais, até ao final de 2021.

Somos investidores institucionais a nível global e a gestão de ativos é um aspeto fundamental para os seguros: com um impacto significativo na economia real, permitenos influenciar ativamente áreas como a proteção ambiental e o respeito pelos direitos humanos e laborais.

O Grupo Generali formalizou o seu compromisso para com o investimento responsável em 2006; em 2010, com a *Guideline* Ética de Grupo, continuou o seu caminho nesta direção, que culminou em 2015 com a aprovação da *Guideline* de Investimento Responsável.

O nosso compromisso

O Grupo Generali assinou o Pacto Global e os Princípios para o Investimento Responsável das Nações Unidas, e há vários anos que as nossas estratégias de investimento também se baseiam em critérios sociais, ambientais e de *governance* empresarial (ESG), sem abdicar da rentabilidade. Outro dos nossos princípios base é a proteção do nosso ativo mais delicado: a nossa reputação.

Investimento de impacto

A nossa estratégia ao nível local e do Grupo integra investimentos em empresas, projetos ou fundos empenhados na melhoria das condições de vida para as comunidades em que operamos, ou na redução de riscos e mitigação dos efeitos das alterações climáticas, com o objetivo principal de gerarmos um impacto social e ambiental positivo e contribuir para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, mantendo ao mesmo tempo um retorno financeiro adequado.

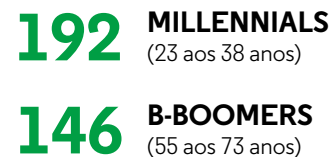
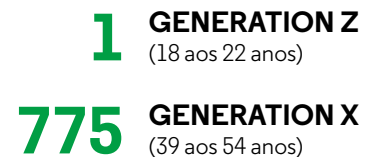
Até ao final do ano de 2020, o Grupo aplicou 5.973 milhões de euros para investimentos Verdes e Sustentáveis, na sua maioria através de obrigações verdes e do financiamento de projetos de infraestruturas verdes, ultrapassando o objetivo de 4,5 mil milhões de euros fixado para 2021.

AS NOSSAS PESSOAS



A NOSSA EQUIPA ESTÁ SEMPRE NO CENTRO DA NOSSA ESTRATÉGIA

Principais indicadores



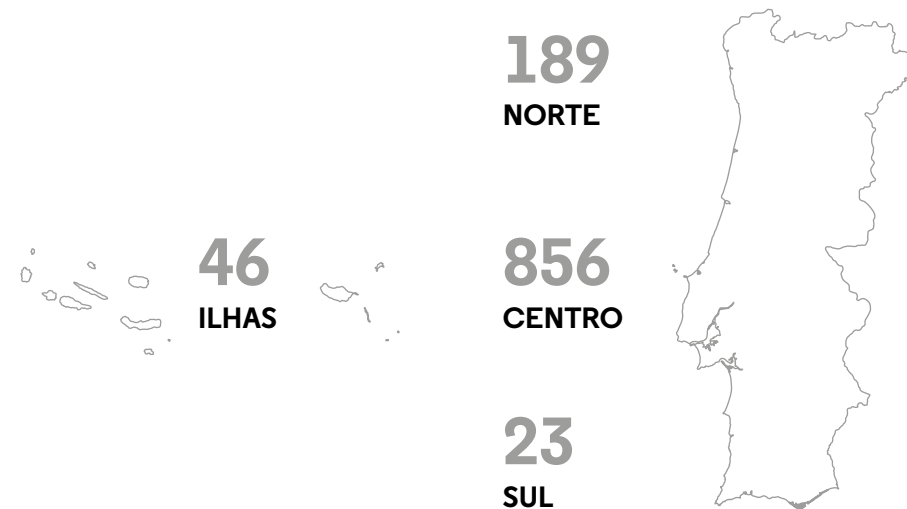
AS NOSSAS PESSOAS

A nossa equipa é atualmente constituída por 1.114 colaboradores distribuídos geograficamente na totalidade do território português, incluindo nas ilhas da Madeira e dos Açores.

Género

No ano de 2020, 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 uma diminuição do número absoluto de admissões e passagens ao quadro, em comparação com o ano de 2019.

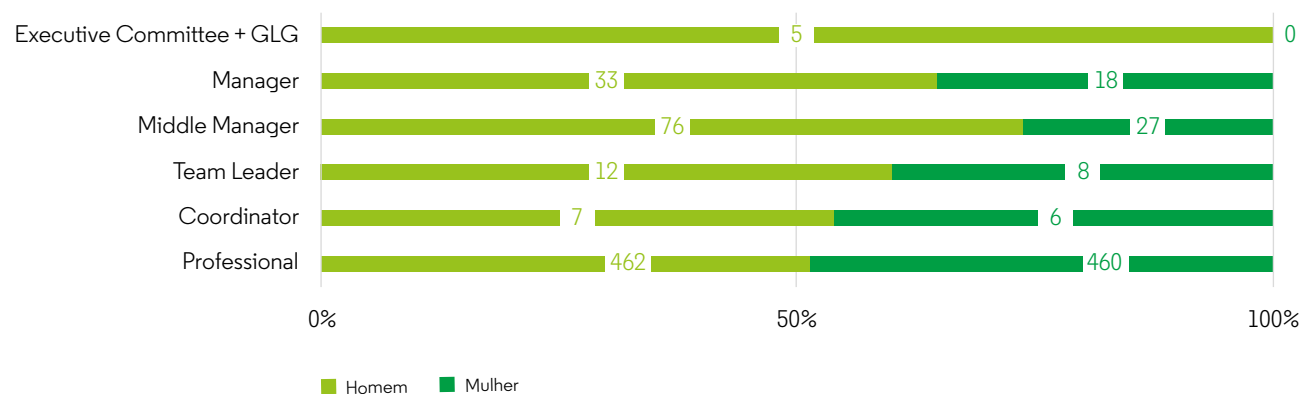
No que diz respeito ao género, em funções de liderança, estamos conscientes de que existe espaço para melhoria e estamos de forma faseada a caminhar para lá. Destacamos neste sentido, a entrada de uma mulher para o nosso Conselho de Administração.



Admissões	2019	2020
Homens	13	9
Mulheres	29	17

Passagens definitivas ao Quadro de Pessoal	2019	2020
Homens	5	3
Mulheres	8	7

Distribuição por posição



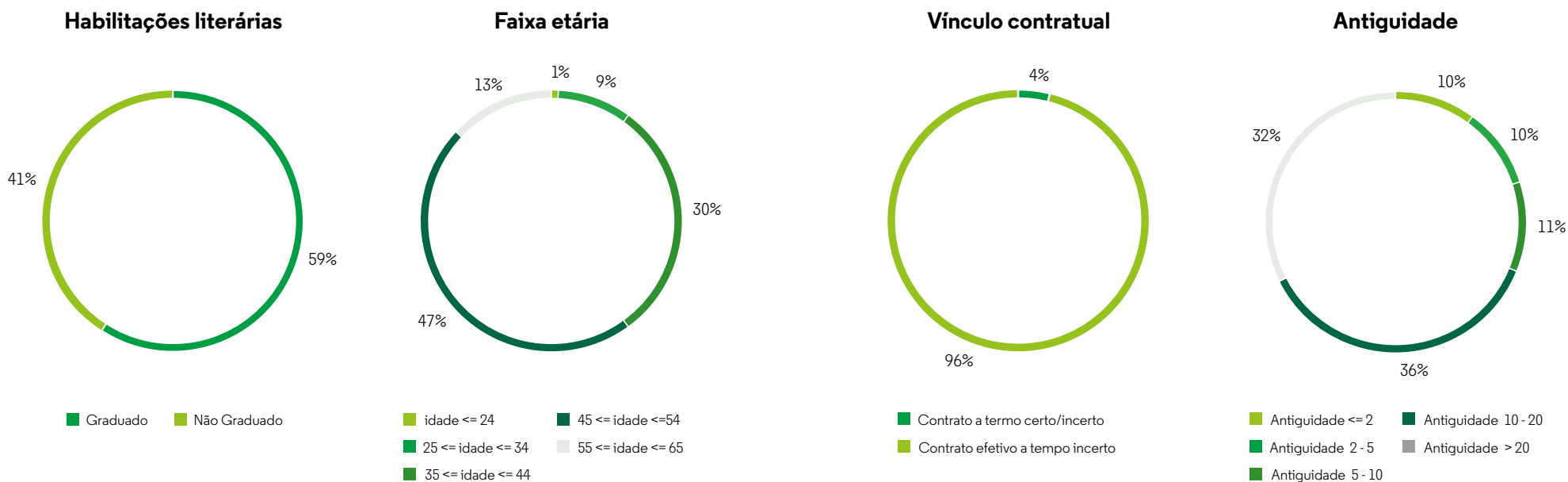
Habilitações literárias e faixa etária

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

Ao longo dos últimos três 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 2020, 96% da nossa Equipa tinha um contrato sem termo e 79% 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



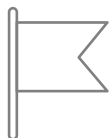
CULTURA

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

- 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 RH que contribua para reforçar o nosso **Employer Branding**, envolvendo as nossas pessoas e criando valor para a nossa Comunidade.
- Em 2020, 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 2020

- 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



Em 2020, implementámos iniciativas-chave para o sucesso da integração das companhias, e em coerência com a *People Strategy* do Grupo Generali.

Prioridades Estratégicas

Iniciativa

1

One Company, One single way of working

- Adoção do Meta4 e do PiWeb como ferramentas únicas
- Processo de mapeamento e levantamento de regras derivadas dos Instrumentos de Regulação Coletiva de Trabalho da Generali e Generali Vida
- Interface Meta4 com Orion
- Organization Clarity e OSI implementados em toda a organização

1

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

Reação rápida no planeamento de contingência e na disponibilização do apoio dos médicos da Medicina Curativa.

Principais indicadores



100% Universo Generali Seguros envolvido



Outubro de 2020
Criação da Generali Seguros S.A.



Projetos concluídos em 9 ou menos meses



Taskforce RH em conjunto com HCEvolution e Quadricard



Interface com Orion concluído em 3 meses



Organization Clarity concluído a 100%
83% no OSI no final do 1º ano de integração



2 médicos dedicados a apoiar no processo de despiste de casos suspeitos de infeção por Covid-19 e acompanhamento subsequente



Criação de uma linha dedicada e independente para prestar apoio psicológico

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 comportamentos *Lifetime Partner*:
 - **Modelo 90°** (aplicado à generalidade dos colaboradores)
 - **Modelo 360°** (aplicado em 2020 a um grupo restrito de colaboradores)
- **Desenvolvimento** – que permite dar e receber *feedback* e ajudar a construir o Plano de Desenvolvimento Individual de cada um.

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

3

Diversidade & Inclusão

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**. Devemos ousar criar uma cultura e um ambiente de trabalho mais inclusivos. O Grupo Generali acredita na importância de incorporar a D&I na agenda estratégica, sensibilizar e envolver as nossas pessoas neste propósito. As nossas quatro prioridades nesta temática são: **género, gerações, cultura e inclusão**.

O plano para 2021 está 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
- A inclusão de todos os indivíduos, com foco na criação de um ambiente flexível onde todos se sintam respeitados: Plano de *Diversity* e *Smart Work*.

Principais indicadores



100%

Colaboradores da Generali Seguros envolvidos em atividades de gestão de desempenho em 2020

Em 2020, 100% dos colaboradores participou de um programa que envolve: a definição de objetivos, a avaliação de desempenho, o *feedback* (90° e 360°) e planos de desenvolvimento individual.



95%

Colaboradores da Generali Seguros realizaram o curso *e-learning* de suporte ao novo modelo GIP

Para melhor compreensão e envolvimento de todos de forma ativa na GIP, foi disponibilizado a todos os colaboradores 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**”.

Prioridades Estratégicas

3

Iniciativa

Programa de Evolução Cultural

Implementação de iniciativas simples e inovadoras para que todos tivessem acesso aos princípios fundamentais da Cultura Generali. Esta viagem de alinhamento e evolução tem como objetivo reforçar o caminho de evolução para uma equipa e cultura única, através da partilha de um ADN comum baseado nos pilares principais dos Lifetime Partner Behaviours (LTPB):

- Programas de **Wellbeing**
- Lançamento da **Plataforma Generali 4 You** com ofertas únicas para todos os colaboradores
- *Get together* com colaboradores e parceiros (Town Hall, Convenção Comercial)
- **Webinars LTPB in Action** sobre os comportamentos e ADN da Companhia
- **Formação de integração** das equipas: Código de Conduta, Generali 2021 Strategy, Sistemas, Processos, Procedimentos e Oferta.

Principais indicadores



+600

Colaboradores participaram no programa *Wellbeing*



75%

Taxa de recomendação

Em 2020, mais de 600 colaboradores participaram no programa de Bem-Estar que envolveu mais de 25 atividades teóricas e práticas em torno do bem-estar físico e mental: oficinas da mente, *workshops*, debates e aulas, sobre diversos temas como saúde, alimentação, inclusão social ou *lifestyle*.



+1 200

Colaboradores participaram num grande encontro virtual



+5 000

Parceiros e colaboradores num formato “televisivo”

Estas iniciativas, mesmo que virtuais e à distância, reforçaram o nosso espírito de equipa e o compromisso de continuarmos diariamente a apoiar os nossos Clientes e Parceiros, protegendo o nosso negócio.



+150

Colaboradores participaram nos *Webinars* sobre os LTPB e ADN da Companhia



4pt

Satisfação global (1 a 4)

Prioridades Estratégicas

Iniciativa

3

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

4

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.

Através dos cursos disponíveis nas plataformas de *e-learning* lançadas em 2020 We Learn e GATE e dos mini mestrados sobre temas específicos técnicos do negócio, o colaborador tem acesso a uma oferta formativa vasta e em linha com as competências necessária para a sua função atual e/ou futura.

Principais indicadores



98%

Colaboradores formados
Participaram em iniciativas
de formação implementadas
em 2020



39

Média de horas formação
por colaborador



42 959 €

Custos formação



+30

Gurus especialistas envolvidos

AMBIENTE


Continuamos empenhados em trabalhar de forma eficiente, escolhendo as melhores estratégias para mitigar o nosso impacto no meio ambiente.

Sabemos que os recursos não são infindáveis e optamos por medidas que promovam a redução de consumos, a utilização de materiais mais sustentáveis e a eficiência energética.

Demos seguimento às diversas ações que já tínhamos iniciado no ano anterior, tais como:

- Sensibilização para o consumo de água da torneira, em vez de engarrafada de plástico
- Eliminação dos mil copos de plástico utilizados por dia
- Disponibilização e utilização dos ecopontos para a reciclagem do papel e do plástico
- Responsabilização e sensibilização para o corte no papel
- Transformação dos nossos processos, digitalização e desmaterialização para sermos mais eficientes.

Continuação da otimização de todos os consumos no edifício de Lisboa
Utilização de veículos híbridos na frota da Companhia.



Promovemos ainda, junto de todos os colaboradores, a iniciativa “A Nossa Pegada Ecológica” na zona de Torres Vedras, com o objetivo de sensibilizar para a importância da redução da nossa pegada ecológica, plantando árvores e permitindo assim compensar parcialmente as emissões de CO2 resultantes dos Kms percorridos pela nossa frota.

VOLUNTARIADO

A iniciativa “A Nossa Pegada Ecológica” desenvolvida em Torres Vedras, para além de fortalecer o nosso compromisso com a sustentabilidade, simbolizou o trabalho de uma grande equipa, composta pela Tranquilidade, Generali, Açoreana e LOGO, reforçando a premissa de que **juntos vamos poder fazer mais!**

Quase 200 pessoas estiveram presentes e 2.500 árvores foram plantadas, num dia marcado pelo espírito de equipa e pela boa disposição.



Voluntariado

510

Nº TOTAL DE HORAS
EM 2020



OS NOSSOS CLIENTES E PARCEIROS



OS NOSSOS CLIENTES

Queremos ser um verdadeiro parceiro para a vida e estar cada vez mais próximos dos nossos clientes: não só garantir que vivam com mais segurança, mas também facilitar o seu dia a dia. Queremos crescer juntamente com os nossos 1.900.000 clientes e acompanhar as necessidades de proteção, prevenção e assistência de acordo com o ciclo de vida das pessoas, famílias e empresas.

A proteção do ambiente também é um grande foco na estratégia do Grupo Generali, que a nível internacional teve expressão nos compromissos assumidos, e em Portugal já se concretizou no lançamento de produtos com uma forte ligação aos fatores sociais e ambientais, como o seguro de atividades desportivas Move IT, o seguro de Bicicletas, dirigido aos que utilizam este meio de transporte para as suas deslocações diárias na cidade ou em passeios, ou o seguro de Colheitas, entre outros.

O ano inédito de 2020, com situação de pandemia, teve impactos significativos na economia, famílias e empresas. Nesse momento frágil quisemos estar ainda mais próximos dos nossos clientes, comunicar de forma informada, oportuna e simples e apoiá-los com medidas e produtos adicionais. Além disso, a pandemia alterou algumas necessidades dos clientes, a forma como se relacionam com as empresas e por isso reforçou a necessidade de dar uma resposta rápida, personalizada e simples aos nossos clientes.

Mesmo num contexto tão desafiador, lançámos dois novos produtos de natureza social, o Seguro de Saúde Covid-19 e o de Acidentes Pessoais Hospitalização e Incapacidades.

Na globalidade dos produtos sustentáveis em Não Vida, em 2020 a Companhia atingiu um valor de prémios brutos emitidos de aproximadamente 82.500.000 euros contra aproximadamente 72.650.000 euros em 2019 e que representa um crescimento de 13,5%.

Em produtos Verdes este crescimento foi de 8,8% atingindo valores de aproximadamente 8.060.000 euros no segmento de *retail* e 21.600.000 euros no segmento de pequenas e médias empresas.

Para a mesma análise, nos produtos Social o crescimento verificado foi de 16,4%, alcançando um volume de aproximadamente 37.075.000 euros no segmento de *retail* e 15.730.000 euros no segmento de pequenas e médias empresas.

Em Vida, focamos a simplificação, a digitalização e o alargamento das opções disponíveis para os nossos clientes: reformulámos o nosso produto base de Previdência e incluímos a cobertura “Rede Bem-Estar” em todas as suas opções. Esta cobertura dá acesso a descontos em serviços variados ligados à área do bem-estar, lazer e saúde como farmácias, consultas de psicologia, ou veterinários. Facilitámos os requisitos de acesso ao desconto que privilegia os hábitos saudáveis dos clientes do produto de crédito habitação. Demos ainda início ao processo da assinatura digital nos nossos seguros, numa altura em que o dever de recolhimento geral constituía um obstáculo à formalização de contratos.

Com um valor de prémios brutos novos de aproximadamente 5.565.000€, em Vida houve um crescimento de 7,6% face a 2019 nos produtos com cariz social.

INOVAÇÃO EM PRODUTOS

Seguro Saúde Covid-19

De forma a dar resposta à preocupação das empresas de facultar um apoio financeiro imediato aos seus colaboradores num momento difícil das suas vidas, a Companhia lançou, em parceria com a AdvanceCare, um produto de saúde único e pioneiro no mercado para empresas que procurassem a sua proteção caso viessem a contrair Covid-19.

Este produto, que se manteve em vigor até ao final do ano, dirigiu-se a empresas com 10 ou mais colaboradores, garantindo um subsídio de hospitalização causada por Covid-19 e ainda uma indemnização de convalescença após a alta de hospitalização numa unidade de cuidados intensivos, causada por esta infeção.

Adicionalmente, em linha com a responsabilidade e esforços para apoio da sociedade no contexto de pandemia – como o pagamento de testes de diagnóstico, adaptação das condições dos seguros a esta situação epidemiológica e iniciativas de Responsabilidade Social – o produto teve uma vertente solidária, ou seja por cada pessoa segura “marca Tranquilidade” foi oferecido 1 euro à Cruz Vermelha Portuguesa (CVP) e por cada pessoa segura “marca Açoreana” o mesmo valor foi oferecido ao Serviço Regional de Proteção Civil e Bombeiros dos Açores (SRPCBA).

Novos Seguros de Acidentes Pessoais Hospitalização e Incapacidades

A Companhia alargou a sua oferta de Acidentes Pessoais (AP) com novos produtos de proteção para Hospitalização e Incapacidades, com soluções para recuperar a saúde física e financeira ajustada a diferentes tipos de lesões:

- AP Hospitalização: hospitalização, cuidados intensivos, convalescença, fraturas menores ou maiores e morte
- AP Incapacidades: incapacidade temporária absoluta, incapacidade temporária parcial e lesão corporal grave, com dois níveis de capital.

O produto visa cobrir baixas temporárias resultantes de acidentes, suprimindo insuficiências da segurança social especialmente para trabalhadores por conta própria; a simplificação no processo de compra e aceitação é mais um ponto forte, por não excluir profissões nem modalidades desportivas.

Novo seguro Vida Empresas

Também como resposta às necessidades do setor empresarial, a Companhia lançou o novo Vida Empresas, direcionado para pequenas e médias empresas que queiram oferecer aos seus colaboradores um incentivo valorizado para captar e reter talento e garantir a sua proteção a um preço acessível. Este seguro permite oferecer aos seus colaboradores um benefício adicional à remuneração não sujeito ao pagamento da taxa social única e redução no IRC, uma vez que o prémio do seguro é considerado custo fiscal.

O produto inclui uma proteção alargada, com coberturas e capitais mais adequados ao negócio, reforço da proteção em caso de doença grave e ainda uma opção destinada a proteger uma das doenças que mais preocupa a população na atualidade, o cancro. Adicionalmente, oferece serviços de assistência, como a assistência em viagem, em caso de hospitalização e assistência a animais domésticos e ao lar. O processo de subscrição foi simplificado e permite aceitação automática até 50.000€, sem formalidades médicas nas opções mais simples.

Uniformização da oferta

O ano de 2020 foi duplamente desafiante para a Companhia: integrar duas empresas em plena pandemia e contexto de teletrabalho. Neste processo, a nossa prioridade foi a construção de uma organização única, preparada para os grandes desafios, sem afetar o serviço prestado e com resposta às necessidades dos nossos clientes.

Nesse sentido, em abril disponibilizamos uma oferta única para garantir uma experiência comum e integrada dos clientes, pela comercialização dos principais ramos de produtos.

Ajustes e simplificação como resposta rápida às novas necessidades

O confinamento e o teletrabalho vieram mudar a forma de trabalho das empresas e dos seus colaboradores e a relação dos clientes com as empresas. Por isso, foi preciso um ajuste rápido da oferta e dos processos.

Assim, o teletrabalho foi imediatamente incluído no seguro de Acidentes de Trabalho e foram desenvolvidas novas opções de Saúde no Trabalho, com maior proteção para o colaborador, serviços de higiene e segurança no trabalho e serviços adicionais relacionados com a pandemia e rastreio de Covid-19.

Na compra de novos seguros, o processo foi simplificado, permitindo aos clientes comprarem o seguro de vida associado ao crédito e outros seguros de vida sem sair de casa, através de assinatura digital.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Neste contexto de profunda alteração dos hábitos profissionais e pessoais dos portugueses, acelerámos a disponibilização de ferramentas digitais que permitem ao cliente a fácil gestão da sua carteira de seguros, e uma relação direta e eficaz com a Companhia, em simultâneo com a redução da sua pegada ecológica.

Chatbot

No seu *website*, a Companhia disponibiliza um *chatbot*, um Assistente Virtual que permite responder rapidamente às perguntas e pedidos mais comuns dos utilizadores, como envio de documentos, envio de segunda via da carta verde, registo na área de clientes e outros, de forma intuitiva e interativa. Esta ferramenta tem tido uma elevada adesão e eficácia, com mais de 6.000 contactos mensais e uma taxa de resposta automática às questões colocadas de cerca de 70%. Durante o ano de 2020 foram realizadas melhorias, como evoluções aos conteúdos e configurações de novos fluxos, para garantir resposta a um número maior de situações.

WhatsApp

De forma a aumentar mais o alcance do *chatbot*, em 2020 o assistente virtual foi também disponibilizado através da segunda rede social mais popular no país: o WhatsApp. Para aceder a este serviço basta utilizar o número 917 775 432 ou aceder ao serviço através da página de contactos no *website* e comunicar por mensagens de forma intuitiva.

Nova Participação de Sinistros

A simplificação de processos e melhoria de ferramentas foi um foco para fortalecer a relação entre a Companhia e os seus clientes. Neste sentido, a Companhia lançou novas versões de participação de sinistros mais rápidas, simples e intuitivas.

Acidentes de Trabalho

A nova versão Participação de Acidentes de Trabalho conta com uma redução para metade dos campos a preencher, um design modernizado e 30% dos campos preenchidos de forma automática. O preenchimento é feito de forma intuitiva e adapta-se ao tipo de acidente, para que o cliente não perca tempo a ler ou indicar informação desnecessária, o processo é 100% digital e inclui um novo passo para validar se a participação está corretamente preenchida antes de a enviar.

Automóvel

A nova participação de sinistros automóvel permite o preenchimento em menos de 2 minutos em casos de sinistros de Quebras de Vidros ou Danos Próprios, com uma estrutura modular que se adapta ao tipo de acidente e mostra apenas os campos necessários. Estas melhorias reduziram em 59% o número de cliques e em 72% o tempo de preenchimento.

Para que o preenchimento seja intuitivo e simples, foram adicionadas notas para ajudar na compreensão de alguns campos e deixou de ser necessário completar alguns campos e entregar alguns documentos (ex.: comprovativo de titularidade de conta quando o IBAN é o mesmo da apólice em questão).

Vídeo na Hora: Nova solução para regularizar sinistros

O serviço de Vídeo Peritagem tem como objetivo simplificar e agilizar a participação de sinistros. A peritagem é feita remotamente por um perito através de videochamada, na hora ou em horário a combinar. O cliente só precisa de um *smartphone*: recebe SMS com um link e acede, sem precisar de instalar qualquer aplicação. Durante este ano a solução ainda ganhou uma importância maior com a pandemia e as restrições de saúde impostas, por possibilitar a realização de peritagem sem necessidade de deslocação do cliente ou do perito.

Em Automóvel, a vídeo peritagem possibilitou 7 mil agendamentos para regularização de sinistros automóveis com danos materiais em segurança e com processo marcado no próprio dia.

Este serviço também está disponível para sinistros ocorridos em casa através do mesmo processo. Em caso de sinistro, a peritagem dos danos em casa é feita remotamente por um perito e permite ao cliente uma maior flexibilidade no agendamento.

Novo assistente de sinistros automóvel

Esta nova ferramenta permite aos clientes acompanharem o progresso do tratamento dos seus sinistros automóvel com danos materiais, com as seguintes vantagens:

- Proximidade, através de uma comunicação por SMS rápida, em linguagem clara, sempre que existam desenvolvimentos no processo de sinistro
- Tratamento autónomo sem precisar da intervenção da linha de clientes para peritagem, marcação de reparação, contacto com a gestão do sinistro e envio de documentos
- Solução *mobile*, que possibilita ao cliente tratar de tudo de forma mais simples, ágil e cómoda no seu *smartphone*, através de um link enviado por SMS no momento da abertura do sinistro.

Clientes Verdes: mais e melhor

Em 2020 as marcas Tranquilidade e Açoreana alcançaram 860.000 Clientes Verdes, o que representa um crescimento de 200.000 face a 2019, a que se somam 160.000 clientes LOGO que recebem toda a sua documentação por meios digitais.

Este crescimento refletiu-se na poupança de 1.700.000 folhas impressas, que corresponde a um acumulado de 6.800.000 folhas desde o início do serviço Cliente Verde. Durante o próximo ano, a Companhia tem o desafio de aumentar esta poupança e expandir o serviço para os clientes com origem na marca Generali.

Adicionalmente, o serviço foi melhorado para garantir um maior controlo de qualidade, transparência ao cliente e facilidade e simplicidade na adesão.

Portal Empresas

A área de Clientes Empresa trouxe uma solução digital que permite a estes clientes acompanharem permanentemente a sua carteira de seguros e realizarem algumas operações em parceria com o seu mediador de forma simples, rápida e segura.

Entre as várias funcionalidades disponíveis, as empresas podem entregar folhas de férias e participações de acidentes de trabalho e automóvel, acompanhar a evolução de sinistros, consultar e imprimir documentos como apólices, documentação financeira, cartas verdes de seguros não frota e identificar o mediador e respetivos contratos.

COMUNICAÇÃO DE PROXIMIDADE E PREVENÇÃO

A comunicação direta e clara com os clientes foi um dos focos da Companhia, potenciado pela situação atípica causada pela pandemia.

Além da comunicação comercial direcionada e focada nas necessidades do cliente, foram desenvolvidas várias notas informativas ao longo do ano com o objetivo de acompanhar e informar o cliente dos serviços que tem à sua disposição, facilitar o seu dia a dia e reforçar a nossa missão de ser um verdadeiro parceiro para a vida dos nossos clientes.

Alguns exemplos de comunicação

- Divulgação dos canais digitais e alterações no funcionamento das lojas de acordo com o momento e regras em vigor no país
- Esclarecimentos sobre utilização do seguro de saúde em contexto de pandemia
- Alterações nos produtos como por exemplo a inclusão do teletrabalho ou a criação de uma nova linha de assistência no seguro de acidentes de trabalho
- Comunicação de prevenção automóvel para alertar para alterações na lei relacionada com documentos e promover comportamentos responsáveis associados ao seguro Automóvel.

O foco em garantir que todos os momentos de comunicação com os clientes são feitos numa linguagem simples, informada, motivadora e humana esteve bastante presente no ano de 2020 e resultou na implementação em 55% dos documentos enviados a clientes, que corresponde a mais de 300 documentos diferentes, desde o processo de compra, pagamentos, reclamações, sinistros, a campanhas e comunicação digital.

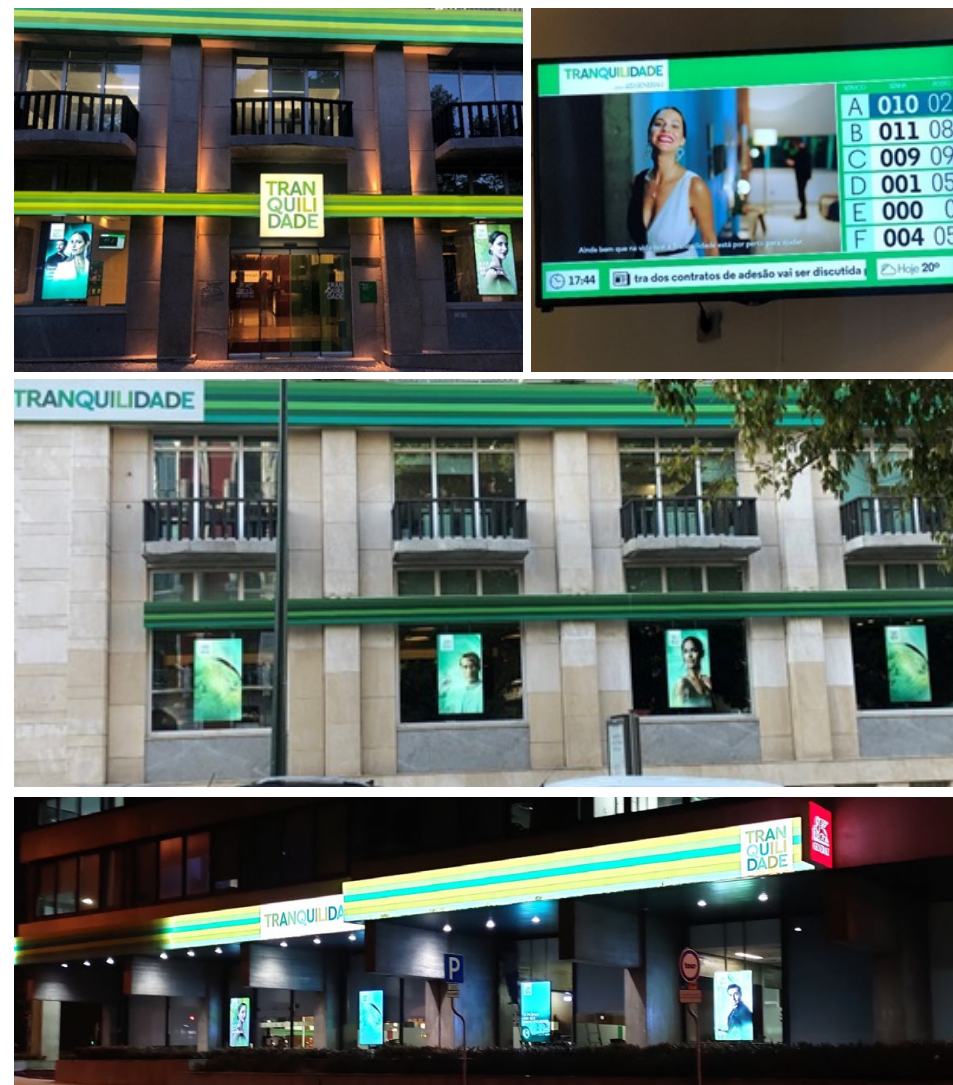
Novos ecrãs na sede – montras e receção comercial

Dando continuidade à nossa aposta na inovação e transformação digital, implementámos os novos formatos de comunicação com conteúdos totalmente online nos nossos edifícios em Lisboa e no Porto que melhoram o reconhecimento da marca:

- Ecrãs LED nas montras – os ecrãs, virados para o exterior, divulgam os nossos produtos num formato dinâmico, com uma imagem mais moderna e de forte impacto, que substituem os cartazes em papel
- TV da receção comercial – integrado com o sistema de filas de espera, divulgamos e partilhamos com os nossos clientes os diversos serviços e produtos de que dispomos.

O controlo desta informação para os diferentes públicos é feito em tempo real e de forma remota, o que é uma grande vantagem. A qualquer momento poderemos incluir ou excluir um determinado conteúdo com toda a facilidade.

Com a ambição de sermos um parceiro para a vida dos nossos clientes, estamos agora ainda mais próximos.



QUEREMOS SABER MAIS DOS NOSSOS CLIENTES

Os inquéritos que realizámos cobriram as marcas Tranquilidade e Açoreana e foram realizados por uma empresa externa, durante 2019 e 2020, com inquirição mensal de 100 questionários nos segmentos Acidentes de Trabalho (AT), relativamente à regularização de sinistros.

Satisfação (escala de 1 a 10)	2019	2020
AT Sinistrados	8,2	8,3
AT Tomadores	8,3	8,1

Durante o primeiro semestre foram realizados inquéritos sobre satisfação de sinistros Automóvel e Casa via email, num total de 3.360 inquiridos

	2019	2020*
Auto	8,2	8,3
Casa	7,8	7,6

*respostas de jan-abr.

Em 2021, está previsto o lançamento em todas as marcas do Programa NPS (Net Promoter System) já implementado desde 2015 na Generali Companhia de Seguros, S.A. e Generali Vida Companhia de Seguros, S.A., o que nos permitirá ter uma visão mais abrangente e dinâmica da satisfação dos nossos clientes e implementar melhorias constantes nos nossos produtos e processos.

GESTÃO DE RECLAMAÇÕES

A Gestão de Reclamações é um canal privilegiado da manifestação dos nossos clientes sobre a Qualidade dos nossos serviços, sendo por isso muito importante no nosso processo de melhoria contínua.

A Companhia registou uma **diminuição de reclamações** face ao ano anterior, com um total de 3.658 (menos 23% do que em 2019) e com um tempo médio de resposta de 7,0 dias (mais 2,2 dias face a 2019).

O aumento do tempo médio de resposta foi impactado com o período de integração do Grupo que ocorreu a partir do 2º trimestre de 2020.

Número de Reclamações Recebidas			Tempo Médio de Resolução (em dias)		
2019	2020	%Var	2019	2020	%Var
4 767	3 658	-23%	4,8	7,0	46%



0,13%

RÁCIO RECLAMAÇÕES/
APÓLICES



0,66%

RÁCIO RECLAMAÇÕES
DE SINISTROS/
TOTAL DE SINISTROS

Nota: Valores referentes ao total de todas as marcas.

Em 2019 a Generali, Companhia de Seguros, SA e a Generali Vida, Companhia de Seguros, SA não estavam incluídas.

OS NOSSOS PARCEIROS



Os nossos Parceiros são o nosso principal canal de distribuição e, por isso, os nossos melhores embaixadores junto dos Clientes.

Rede de mediação acompanhada

Temos em curso um programa de transformação comercial, suportado pela digitalização de processos, pelo investimento em novos serviços a clientes e pelo desenvolvimento de novas ferramentas para os nossos parceiros.



80
CORRETORES



350
AGENTES EXCLUSIVOS

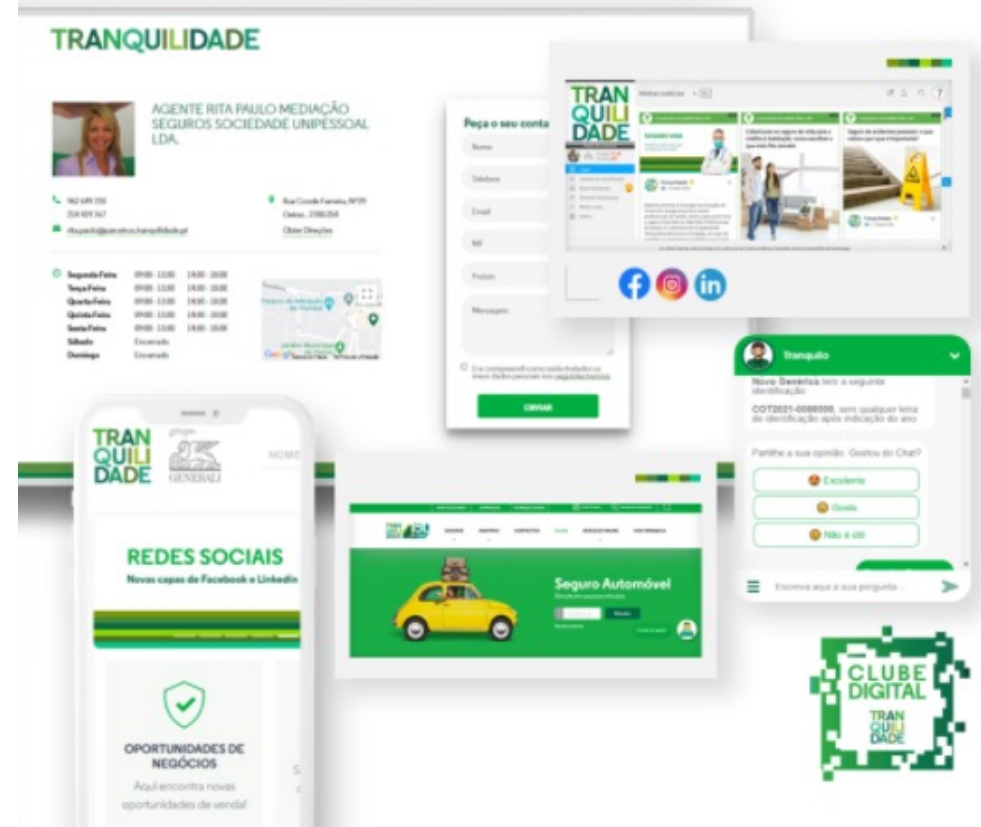


1.900
AGENTES MULTIMARCA

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA PARA OS NOSSOS PARCEIROS

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

- 1 Visibilidade digital**
Microsite, Google e Sociable
- 2 Serviço**
Chatbot, WhatsApp, app, nova participação de sinistro
- 3 Negócio**
Lead2Sale



Clube Digital

Criação do Clube Digital, que reúne e reconhece os parceiros com melhores desempenhos em transformação digital e que inclui adesão ao Cliente Verde, consentimento de marketing e instalação da app Tranquilidade. O Clube Digital premeia também aqueles que mais evoluem em termos de presença digital, nomeadamente os que têm um *website* e são ativos nas redes sociais.

Toolkit Digital

Forte expansão desta ferramenta que dá acesso a um *microsite* com imagem Tranquilidade, ligado ao site institucional **tranquilidade.pt**, assim como a uma conta Google My Business e Google Maps gerida pela Generali Seguros.

Sociabble

Lançamento da Plataforma Sociabble que permite aos parceiros Tranquilidade partilhar de uma forma simples e rápida conteúdos de marketing Tranquilidade.

Esta plataforma tem tido grande aceitação na rede de distribuição contando já com cerca de 500 parceiros ativos.

Novos Serviços Digitais

Do ponto de vista do serviço e do negócio implementámos o Tranquilo, o novo *chatbot* para ajudar os nossos parceiros a esclarecerem as suas dúvidas.

Reforço significativo das capacidades de *self-service* dos nossos clientes através do *chatbot* no site Tranquilidade.pt e do WhatsApp. Estas funcionalidades permitem a qualquer cliente, em poucos segundos, aceder a uma grande variedade de serviços, como obter uma Carta Verde digital ou pedir uma assistência para o seu carro ou a sua casa.

Lead2Sale

Esta plataforma foi um passo gigante em termos de qualidade e eficácia no tratamento e gestão de *leads* pelos parceiros Tranquilidade. Aquelas passaram a estar centralizadas numa plataforma única independentemente da origem, sejam em campanhas digitais, *microsites* ou mesmo da própria carteira do parceiro, através da aplicação de modelos de propensão de compra.

RECONHECIMENTO

Convenções Digitais

Num modelo totalmente inovador no mercado português, realizámos dois encontros comerciais digitais, em abril e outubro.

Nestes encontros partilharam-se as principais novidades comerciais e novas ferramentas de serviço.

Em cada um deles estiveram presentes cerca de 4.000 convidados.



92%
ÍNDICE DE
SATISFAÇÃO

O que disseram os participantes:

“O melhor “meeting” digital que assisti, entre várias companhias. Parabéns. Está a dar frutos e vão na linha da frente!!! Bravo.”

“O formato foi bastante impactante e do agrado geral da Rede de Parceiros.”

“Muito bem estruturada a Convenção. Parabéns.”

“TOP !!! Muito dinâmico e eficiente!! Um excelente encontro!!”

“Parabéns pelo desenvolvimento de novas ferramentas essenciais para enfrentar o futuro.”



A Tranquilidade foi mais uma vez distinguida pela sua estratégia de marca e serviço prestado a clientes e parceiros, tendo recebido os seguintes prémios:



A atribuição destas distinções assume ainda maior relevo tendo em conta o ano tão especial e desafiador como o que passou.

OS NOSSOS IMPACTOS

A vida no planeta enfrenta graves problemas em várias áreas, do meio ambiente aos direitos humanos, da pobreza à discriminação social. Do ponto de vista ambiental, a ciência está a fazer o seu trabalho e oferece evidências inegáveis de que o clima mudou dramaticamente e que o futuro do planeta está em risco. A consciência dessas realidades e o reconhecimento dos problemas que o planeta enfrenta são globalmente aceites e certamente o fenómeno da globalização e das novas tecnologias continuará a aumentar exponencialmente essa consciência. Nesse contexto, as empresas têm um papel fundamental a desempenhar e possuem os recursos, capacidades e processos para operar as mudanças necessárias.

O setor de seguros é particularmente importante para proteger o que as pessoas mais valorizam e, dada a natureza dos seus negócios, está na vanguarda para enfrentar os desafios decorrentes de fenómenos como mudanças demográficas ou problemas de saúde, bem como os riscos associados às mudanças climáticas e ao aumento da ocorrência de eventos climáticos extremos. Desempenhamos um papel fundamental na promoção da prevenção, na sensibilização para a importância dos seguros e na criação de soluções de proteção adequadas aos novos riscos e às alterações da sociedade. E somos particularmente relevantes na resposta rápida e eficiente em situações de catástrofes naturais como as que cada vez mais enchem as páginas dos jornais.

A nossa resposta à Tempestade Bárbara

A entrada de rompage da tempestade/depressão Bárbara no nosso país provocou um número elevado de ocorrências num dia em que metade do país esteve sob aviso vermelho. Aconteceu no mês de outubro e deixou as suas marcas. Inundações devido à chuva intensa, quedas de árvores e de estruturas devido ao vento forte foram alguns dos estragos causados, sendo Faro, Setúbal, Lisboa e Portalegre os distritos mais afetados.

Alguns dos nossos clientes tiveram sinistros nas suas casas e muito rapidamente nos fizeram chegar as participações. Em menos de 2 meses, 91% dos sinistros reportados ficaram resolvidos, o que traduz a qualidade do nível de serviço prestado.

DANOS CAUSADOS POR TEMPESTADES

Tempestade Bárbara
91% Sinistros Casa resolvidos



Algumas métricas e medidas de atuação

- 158 Ocorrências na Companhia das quais 66,5% em Casa e 10,1% em Automóvel
- Em 30 dias, 82% dos sinistros Casa participados estavam regularizados e 93% dos sinistros Auto também
- Em 60 dias, 96% dos sinistros Casa participados estavam regularizados e 100% dos sinistros Auto também
- Colocámos as empresas de peritagem no terreno, com a supervisão realizada à distância com recurso a meios alternativos de contacto e avaliação dos danos, mitigando os riscos relacionados com a Covid-19
- Ativámos *banner* no site e *landing page* com principais recomendações práticas e procedimentos preventivos.



A participação de sinistros online, a vídeo-peritagem, que pode ser feita de forma simples pelo cliente com o seu telemóvel, e tempos de assistência rápidos e garantidos oferecem cada vez **maior comodidade e agilidade** na gestão de sinistros, assim como **redução de tempo e de papel** em todo o processo.

A NOSSA COMUNIDADE



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.

Vivemos o nosso papel de empresa-cidadã, criando valor de longo prazo para os nossos *stakeholders*.

A Responsabilidade Social faz parte integrante da estratégia da Companhia e existe o desafio constante de adequar a nossa capacidade de contribuição com a evolução das necessidades da comunidade onde nos inserimos, sem perder de vista as áreas que definimos como prioritárias.

Temos uma política de Patrocínios e Donativos que define as áreas em que decidimos investir bem como os processos internos que devem ser seguidos na sua atribuição, de modo a assegurar total transparência no processo de concessão do apoio em causa.

Elegemos como áreas prioritárias:

- 1 **Cultura e Educação**
- 2 **Prevenção e Saúde**
- 3 **Inclusão e Solidariedade Social**

Em 2020, o plano de responsabilidade social da Generali Seguros esteve também muito focado em iniciativas ligadas aos impactos da Covid-19. Devido à pandemia, as ações de voluntariado da empresa também ficaram mais limitadas.

CULTURA E EDUCAÇÃO

Somos mecenas da **FUNDAÇÃO BATALHA DE ALJUBARROTA**, constituída com a preocupação de 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.



Em 2020 renovámos o apoio ao **TÉCNICO SOLAR BOAT**, um projeto universitário desenvolvido por um grupo de estudantes do Instituto Superior Técnico, com o objetivo de construir e otimizar uma embarcação movida exclusivamente a energia solar para participar em competições internacionais. Este ano, devido à pandemia, não se realizaram estas competições fora do país, mas foram efetuadas diversas travessias em Portugal. Este projeto destaca-se pela investigação, inovação, eficiência e pela aposta nas energias renováveis.



Voltámos a apoiar o Concerto da **ORQUESTRA SINFÓNICA JUVENIL (OSJ)**, no entanto o concerto agendado para o final do ano teve que ser adiado e só se realizou em abril de 2021 devido à pandemia da Covid-19.

Fundada em 1973, a OSJ é hoje em Portugal a única orquestra de jovens com atividade permanente e tem desempenhado um papel fulcral na formação de jovens músicos. Nestes 47 anos de existência a OSJ recebeu e formou muitos dos atuais instrumentistas das orquestras nacionais, deu a conhecer muitos jovens solistas e levou a sua cultura musical a todo o país, contribuindo para a criação de novos públicos.



Num ano particularmente difícil para a cultura em Portugal, quisemos apoiar este setor. Estivemos presentes no festival **SBSR.FM EM SINTONIA**, totalmente dedicado à música portuguesa, onde vários “mochileiros” Tranquilidade distribuíram o novo álcool dos concertos – o álcool gel - para ajudar a garantir a segurança de todos os participantes.



Neste ano de tantos desafios, também apoiámos o evento **SANTA CASA ALFAMA**, aquele que é o grande festival de Fado do país. O Santa Casa Alfama regressou às ruas de um dos bairros mais míticos de Lisboa para uma edição muito especial, com menos público e com todas as medidas de segurança adequadas.



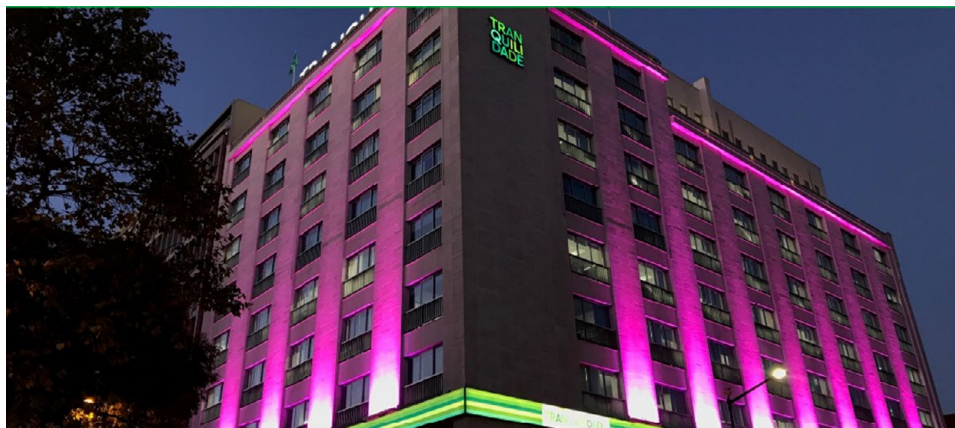
Ainda no âmbito da cultura, uma das nossas áreas prioritárias de atuação, renovámos as parcerias estabelecidas com o **COLISEU MICAELENSE**, assim como com o **TEATRO MICAELENSE** nos Açores.



PREVENÇÃO E SAÚDE

Juntámo-nos à “onda rosa” e iluminámos desta cor o nosso edifício na Av. da Liberdade para assinalar o **DIA NACIONAL DA PREVENÇÃO DO CANCRO DA MAMA**, que se celebrou a 30 de outubro.

Neste dia faz-se um apelo à mudança de comportamentos, com foco na prevenção e deteção precoce da doença, que tem 95% de hipóteses de bom prognóstico se detetada numa fase inicial. Todo o mês de outubro está associado a esta luta – no dia 15 assinalou-se o Dia Mundial da Saúde da Mama – decorrente do movimento ‘Pink October’ que surgiu nos EUA, na década de 1990, para sensibilizar a população para a importância da prevenção no combate ao cancro da mama.



Voltámos a associar-nos à campanha “**PORTUGAL CHAMA**”, ajudando na sensibilização para a prevenção e o combate dos incêndios rurais. Esta é uma das áreas prioritárias de atuação da Companhia e é um desafio muito importante para o nosso país, que só poderá ser superado com a contribuição da sociedade, das empresas e dos cidadãos.



RESPEITE AS REGRAS DO CÓDIGO DA ESTRADA



Apoiámos de novo em 2020 a campanha de prevenção rodoviária anual promovida pela **PREVENÇÃO RODO-**

VIÁRIA AÇOREANA (PRA). A prevenção rodoviária é uma preocupação permanente e com o crescimento da circulação automóvel nas ilhas, esta sensibilização dos condutores é fundamental. Ao associarmos-nos a este projeto desde o seu lançamento, conseguimos reforçar o pilar de prevenção da nossa marca e realçar a relevância no mercado local. A campanha é bastante ampla e conta com presença nos jornais diários e rádio locais e redes sociais disponíveis, sendo uma iniciativa diferenciadora e de grande visibilidade.

Estivemos presentes no evento **AZORES FITNESS & CARE** que se realizou pela 1ª vez em Ponta Delgada com cerca de 5.000 visitantes e que contou com profissionais do desporto, da área do bem-estar e aficionados do *fitness* e atividade física. Desde treinos ao ar livre a *workshops* de nutrição, passando por conversas de prevenção e saúde, tratou-se de um evento que fomenta um estilo de vida saudável, relacionado com bons hábitos alimentares e desportivos que queremos promover.



INCLUSÃO E SOLIDARIEDADE SOCIAL

No âmbito da responsabilidade ambiental, promovemos uma **AÇÃO DE REFLORESTAÇÃO** na zona de Torres Vedras, com cerca de 200 participantes – colaboradores e famílias – para sensibilizar para a importância da redução da nossa pegada ecológica, plantando 2.500 árvores em zonas devastadas pelos fogos florestais. Esta ação permitiu compensar parcialmente as emissões de CO2 resultantes dos Kms percorridos pela nossa frota.



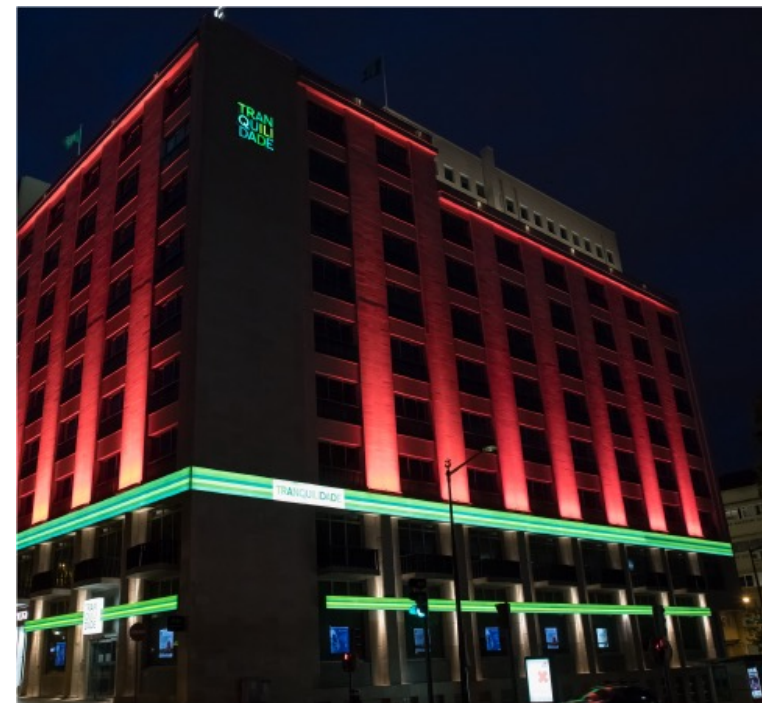
Mais de 100 colaboradores juntaram-se para celebrar a **25ª CORRIDA DA ÁRVORE GENERALI**, que contabilizou cerca de 1.500 participantes, entre famílias, entusiastas do *running* e atletas, num evento ecológico. A correr ou a caminhar, percorreram os trilhos e estradas de Monsanto, desfrutando do contacto com a natureza e da envolvimento das suas paisagens. Um desafio superado em equipa.

No final da prova, todos os participantes foram convidados a levar uma árvore para plantar, dando assim a sua contribuição para uma atitude mais ecológica e de preservação do meio ambiente. A 25ª edição da Corrida da Árvore Generali foi ainda assinalada pela plantação simbólica de uma árvore.



No Dia Mundial da Saúde, 7 de abril, em pleno confinamento, **HOMENAGEAMOS TODOS OS QUE ESTAVAM NA LINHA DA FRENTE NO COMBATE À COVID-19**, todas as pessoas que trabalhavam incansavelmente para travar a epidemia e salvar vidas, e também as forças de segurança, serviços de limpeza, farmácias, distribuição, supermercados, voluntários, agricultores, jornalistas e tantos outros, que não puderam ficar em casa para que nós pudessemos ficar em casa.

De forma simbólica, o nosso agradecimento foi expresso na iluminação do nosso edifício da Av. da Liberdade, que mudou para a cor vermelha, reflexo do estado de emergência que vivemos e que é também a cor do coração humano.



Contribuímos para o **FUNDO SOLIDÁRIO** criado pelo setor segurador em Portugal para apoiar os familiares dos profissionais que, durante o Estado de Emergência e no exercício da sua profissão ou missão voluntária, tenham falecido ou venham a falecer em consequência de contaminação por Covid-19.

Com uma dotação inicial de 1,5 milhões de euros, o Fundo abrange os profissionais das áreas da saúde, medicina legal, farmácias, investigação científica, laboratórios, forças e serviços de segurança e socorro, gestão e manutenção de infraestruturas de saúde e de suporte e apoio aos profissionais de saúde. Estão também incluídos os profissionais e voluntários formalmente integrados em atividades de apoio a lares de idosos, de instituições de apoio a pessoas com deficiência, de serviços da rede nacional de cuidados continuados integrados e de serviços funerários.

A Tranquilidade e a AdvanceCare entregaram um **DONATIVO DE 18.226 EUROS À CRUZ VERMELHA PORTUGUESA (CVP)**, em resultado da componente solidária da venda do seguro de Saúde Covid-19.



Este valor contribuiu para aumentar a capacidade de testagem à Covid-19 da CVP, nomeadamente de testes rápidos, e confirma o nosso compromisso de responsabilidade social.

Nos Açores, o resultado solidário da venda do seguro de Saúde Covid-19 permitiu atribuir um **DONATIVO AO SERVIÇO REGIONAL DE PROTEÇÃO CIVIL E BOMBEIROS DOS AÇORES (SRPCBA)** no valor de 6.000 euros.



OFERTA DE UM EQUIPAMENTO PCR PARA REALIZAÇÃO DE TESTES À COVID-19 nos Açores, que permitiu triplicar a capacidade de realização de testes em laboratório, no Serviço Regional de Saúde.

Uma iniciativa onde assumimos ativamente o nosso empenho no combate à pandemia, ajudando na segurança das populações e a dar resposta às necessidades da sociedade deste momento.

AÇOREANA

Açoreana triplica capacidade de testar COVID-19 nos Açores



A Direção Comercial Norte desafiou os parceiros de negócio a participarem numa **INICIATIVA SOLIDÁRIA REGIONAL** e, assim, através da sua dinamização comercial, oferecerem cabazes de produtos alimentares de primeira necessidade a uma IPSS por si escolhida. Esta ação resultou na entrega de cabazes de Natal a diversas instituições para distribuição a famílias mais carenciadas. Pequenos gestos que proporcionaram um elevado reconhecimento e gratidão, quer dos parceiros de negócio como das comunidades locais.

Esta iniciativa reforça a importância de desempenhar um papel ativo na sociedade, especialmente no contexto excepcional de pandemia, para nos tornarmos um verdadeiro parceiro para a vida dos nossos clientes.



OUTROS APOIOS

Jornada de Recolha de Medicamentos do Banco Farmacêutico

Esta iniciativa apela aos donativos de medicamentos não sujeitos a receita médica e produtos de saúde, feitos por pessoas singulares e farmácias, tendo em consideração as necessidades reais de pessoas apoiadas por Instituições de Solidariedade Social.

Apoio à imprensa regional

No mês de junho, durante a fase de pandemia e de quebra de receitas publicitárias, a Companhia apoiou 24 publicações regionais, incluindo jornais da Madeira e dos Açores, com anúncios dedicados ao produto Casa. Confirmando a sua forte ligação à rede de agentes implantada em todo o território nacional, contribuiu assim para apoiar estas publicações num momento muito difícil para a imprensa fora dos grandes centros urbanos.

O NOSSO FUTURO



JUNTOS POR UM MUNDO MAIS SIMPLES E SUSTENTÁVEL

O contexto global de pandemia veio reforçar ainda mais importância das organizações com um propósito, e o do Grupo Generali é claro: “possibilitar que as pessoas construam um futuro mais seguro, cuidando das suas vidas e dos seus sonhos”, protegendo as pessoas, a sua saúde, o nosso planeta e as gerações futuras.

Colocamos o nosso desenvolvimento sustentável e o futuro do nosso planeta no topo das nossas preocupações, dedicamos esforços na minimização do impacto ambiental da nossa atividade e privilegiamos escolhas responsáveis e conscientes. O nosso compromisso com a sustentabilidade é fundamental para a nossa ambição de ser um Lifetime Partner.

O Grupo Generali já superou o objetivo de alocar 4,5 mil milhões de euros em investimentos verdes e sustentáveis, abrindo assim caminho para objetivos ainda mais ambiciosos, que incluem o lançamento de duas iniciativas emblemáticas: Consumidores Responsáveis, uma oferta de produtos diferenciada e customizada, e EnterPRIZE, um prémio para as melhores PME sustentáveis. Ao mesmo tempo, decorrerá a expansão da nossa iniciativa comunitária global com o The Human Safety Net, para que pessoas desfavorecidas possam desbloquear o seu potencial e transformar a vida das suas famílias e comunidades.

Temos contribuído e vamos continuar a contribuir para a inovação sustentável. A Generali foi a primeira seguradora na Europa a emitir um *green bond* e entre as primeiras a definir uma estratégia climática de apoio a uma transição “justa”, que integra ações de combate às alterações climáticas com a proteção dos trabalhadores nos setores mais afetados pela descarbonização.

O compromisso do Grupo Generali com a sustentabilidade é também declarado pelos numerosos índices de sustentabilidade em que está incluído, tais como: Dow Jones Sustainability World Index, Dow Jones Sustainability Europe Index, MSCI ESG Leaders Indexes, FTSE4Good Europe e Euronext Vigeo Europe 120, um reconhecimento da excelência da abordagem para integrar a sustentabilidade no nosso negócio.

Uma organização saudável, resiliente e sustentável: só assim conseguimos criar um alinhamento comum, partilhando valor económico e social entre os mais diversos públicos: não apenas acionistas, investidores e clientes, mas também colaboradores, fornecedores, meio ambiente, comunidades locais e a sociedade como um todo, contribuindo para resultados mais duradouros.

Acreditamos nas nossas pessoas, que escolheram trabalhar connosco, no seu talento, diversidade e capacidade de inclusão, que nos permitem ser mais inovadores, e ter verdadeiro impacto na vida dos nossos parceiros e clientes.

Juntos por um mundo mais simples e sustentável.



O nosso compromisso com a sustentabilidade é fundamental para a nossa ambição de ser um Lifetime Partner.

Comité Executivo

Uma organização saudável, resiliente e sustentável: só assim conseguimos criar um alinhamento comum, partilhando valor económico e social entre os mais diversos públicos: não apenas acionistas, investidores e clientes, mas também colaboradores, fornecedores, meio ambiente, comunidades locais e a sociedade como um todo, contribuindo para resultados mais duradouros.

Comité Executivo



Stefano Flori

João Barata

José Nogueira

Pedro Carvalho

Rogério Dias

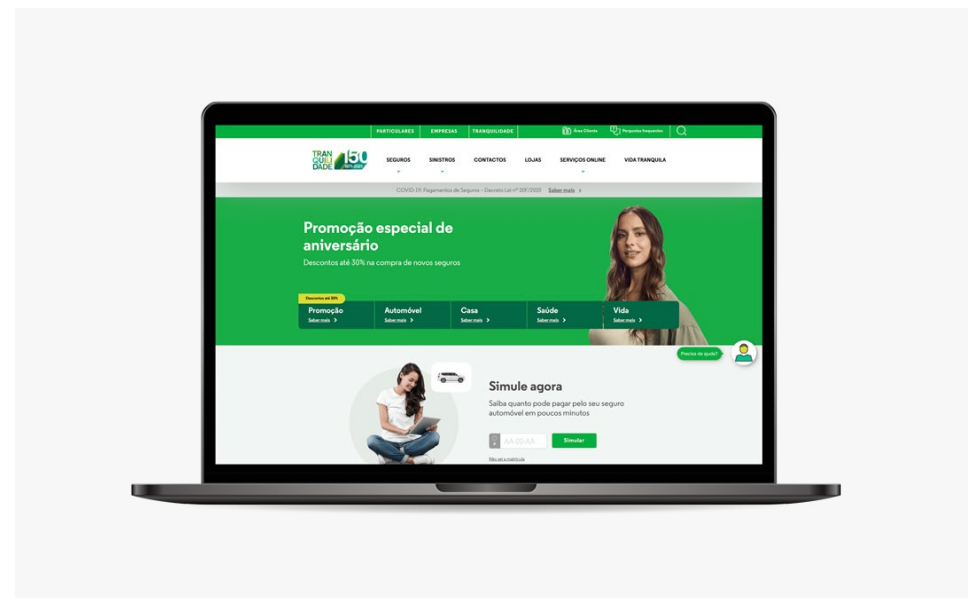
ABORDAGEM AO RELATÓRIO

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 2020. 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 2020 e no Relatório Sobre a Solvência e a Informação Financeira 2020 da Generali Seguros, S.A., publicados em **tranquilidade.pt**.



RESUMO DE INDICADORES



ÁREAS ESTRATÉGICAS DE SUSTENTABILIDADE DA GENERALI SEGUROS, S.A.

Os nossos clientes

Total de Clientes	Nº
Clientes Verdes	860 000
Clientes Desmaterializados LOGO	160 000
Inquéritos de satisfação	escala de 1 a 10
Auto*	8,3
Casa	7,6
Acidentes de trabalho (tomadores de seguros)	8,1
Acidentes de trabalho (sinistrados)	8,3

As nossas pessoas

Total de Colaboradores	Nº
Distribuição por região	
Norte	189
Centro	856
Sul	23
Ilhas	46
Estrangeiro	0
Mobilidade	Nº
Definitiva	164
Interna	38

*respostas de jan-abr.

Dados recolhidos em dezembro de 2020.

As nossas pessoas

Total de Colaboradores	Nº
Diversidade	%
Mulheres Executive Committee + GLG	0%
Homens Executive Committee + GLG	100%
Mulheres Manager	35%
Homens Manager	65%
Mulheres Middle Manager	26%
Homens Middle Manager	74%
Mulheres Coordinator	46%
Homens Coordinator	54%
Mulheres Team Leader	40%
Homens Team Leader	60%
Mullheres Professional	50%
Homens Professional	50%
Habilitações literárias	%
Graduado	59%
Não Graduado	41%

Faixa etária	%
idade <=24	1%
idade 25 - 34	9%
idade 35 - 44	30%
idade 45 - 54	47%
idade 55 - 64	13%
idade >= 65	0%
Tipo de vínculo contratual	%
Contrato a termo certo/incerto	4%
Contrato efetivo a tempo incerto	96%
Antiguidade	%
Antiguidade <=2	10%
antiguidade 2 - 5	10%
antiguidade 5 - 10	11%
antiguidade 10 - 20	36%
Antiguidade > 20	32%

As nossas pessoas

Total de Colaboradores	Nº
Formação	
Horas de formação	31 697
Custos de formação	504 411,91 €
Média de horas de formação por género	
	horas
Homens	40
Mulheres	37
Segurança e Saúde no Trabalho	
Taxa de absentismo acidente trabalho/doença profissional	0,1%
Dias perdidos acidente trabalho/doença profissional	242
Investimento em segurança e saúde no trabalho	171 127,43 €
Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	
	N/A
A nossa comunidade	
Donativos	170 000,00 €
Voluntariado	510 horas

O nosso impacto

Consumo indireto de energia, discriminado por fonte de energia primária.

Consumo total (EDP+EDA+EDM)	1 789 160,00 Kwh
Custo total	289 478,41 €
Consumo total (EDP+EDA+EDM)	6 440,976 GJ

Consumo direto de energia, discriminado por fonte de energia primária.

Consumo de gasóleo	352 217,18 Lt
Consumo de gasolina	7 033,40 Lt
Custo total	444 817,76 €
Consumo de gasóleo	14 451,70 Lt
Consumo de gasolina	253,25 Lt

Emissões tonCO2eq

Emissões diretas (Âmbito 1)	975,48
Emissões indiretas (Âmbito 2)	643,74

Negócio Responsável

Código de conduta (Modalidade <i>e-learning</i>)	823
Submissão da Declaração de Conflito de interesses	1 180
Existência de Canais de reporte confidenciais (<i>whistleblowing</i>)	sim
Ações de mitigação	94

Ficha técnica

Título: Relatório de Sustentabilidade 2020 – Generali Seguros

Propriedade: Generali Seguros, S.A.

Data de edição: Junho 2021

tranquilidade.pt

JUNTOS POR UM MUNDO
MAIS SIMPLES E SUSTENTÁVEL.

TRAN
QUILI
DADE

AÇOREANA

LOGO

grupo  GENERALI