



RELATÓRIO E CONTAS 2011

REAL VIDA SEGUROS S.A.



1.	ÓRGÃOS SOCIAIS	2
2.	RELATÓRIO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO	3
2.1.	ENQUADRAMENTO DA ACTIVIDADE	3
2.1.1.	Enquadramento Macroeconómico Internacional	3
2.1.2.	A Economia Portuguesa	3
2.1.3.	Evolução do Mercado Segurador em Portugal	4
2.2.	ACTIVIDADE DA COMPANHIA	5
2.2.1.	Enquadramento Geral	5
2.2.2.	Organização Interna	6
2.2.3.	Recursos Humanos	7
2.2.4.	Responsabilidade Social	8
2.2.5.	Marketing e Comunicação	9
2.3.	ACTIVIDADE COMERCIAL	10
2.3.1.	Alargamento e Melhoria da Oferta de Produtos e Serviços	10
2.3.2.	Clientes e Apólices	10
2.3.3.	Produção Comercial	11
2.3.4.	Resgates e Indemnizações	12
2.3.5.	Resseguro Cedido	12
2.4.	ANÁLISE FINANCEIRA	13
2.4.1.	Despesas Gerais	13
2.4.2.	Investimentos	13
2.4.3.	Resultados, Solvência e ROE	14
2.4.4.	Capital Próprio	15
2.5.	APLICAÇÃO DE RESULTADOS	15
2.6.	DÍVIDAS À SEGURANÇA SOCIAL	15
2.7.	INFORMAÇÃO A QUE SE REFEREM OS ARTIGOS 447º E 448º DO C.S.C	15
2.8.	INFORMAÇÃO A QUE SE REFERE A R.C.M. Nº 49 DE 2007, DE 28 DE MARÇO E A LEI Nº 28 DE 2009, DE 18 DE JUNHO	16
2.9.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
3.	ANEXOS	18
3.1.	RELATÓRIO SOBRE BOM GOVERNO	18
3.1.1.	Missão, Objectivos e Políticas da Empresa	18
3.1.2.	Princípios Gerais de Actuação	18
3.1.3.	Transacções Relevantes com Entidades Relacionadas	20
3.1.4.	Outras Transacções	20
3.1.5.	Modelo Societário	21
3.1.6.	Remuneração dos Membros dos Órgãos Sociais	22
3.1.7.	Divulgação de Informação Relevante	23



Mesa da Assembleia Geral

Luís Telles de Abreu (Presidente)
Armando José Fonseca Pinto (Secretário)

Conselho de Administração

Rui Manuel Correia Pedras (Presidente)
José Filipe Sousa Meira (Vogal)
Luís Manuel Afonso Martins (Vogal)

Conselho Fiscal

Luís Manuel Machado Vilhena da Cunha (Presidente)
Pedro José Gomes Nascimento Barreira (Vogal)
Rui Manuel Pinto de Abreu (Vogal)

Revisor Oficial de Contas

Deloitte & Associados, SROC, S.A.

Representante

Maria Augusta Cardador Francisco



2.1. ENQUADRAMENTO DA ACTIVIDADE

2.1.1. Enquadramento Macroeconómico Internacional

A actividade mundial abrandou em 2011. Em termos médios anuais, o PIB mundial aumentou cerca de 4,1 por cento em 2011, após um crescimento de 5 por cento em 2010.

Na área do euro, o ano de 2011 ficou, contudo, igualmente marcado pela crise da dívida soberana. A deterioração da confiança dos mercados financeiros na sustentabilidade das finanças públicas em vários países da área do euro que apresentavam níveis de dívida e défice públicos elevados e fragilidades estruturais, entre os quais Portugal, resultou numa nova vaga de turbulência nos mercados financeiros internacionais. As medidas tomadas pelas principais autoridades europeias e nacionais surtiram, em geral, um efeito estabilizador nos mercados financeiros, mas as tensões nos mercados de dívida soberana e bancária dos países considerados mais vulneráveis pelos investidores internacionais, com destaque para a Grécia, Irlanda e Portugal continuaram ao longo de 2010 e intensificaram-se em 2011.

O índice harmonizado de preços no consumidor da zona euro situou-se, em 2011, nos 2,7%. A tendência é, no entanto, de desaceleração do indicador, prevendo-se para 2012 que o mesmo se situe no intervalo de 2,1% a 2,7%.

2.1.2. A Economia Portuguesa

A economia portuguesa (medida pela variação do P.I.B.) registou uma retracção de cerca de 1,6% em 2011. Esta evolução é o reflexo da quebra da procura interna (-6,2%) e da quebra do investimento.

A inflação cifrou-se nos 3,6%, contrastando com os 1,49% que se verificou em 2010. Esta evolução reflectiu a aceleração dos preços dos bens face ao aumento da carga fiscal e aumento dos preços dos produtos energéticos.

O ano de 2011 terminou com a taxa de juro de referência na zona euro nos 1%.

No mercado de trabalho registou-se uma redução do emprego que implicou assim, em 2011, uma taxa de desemprego de cerca de 14%.

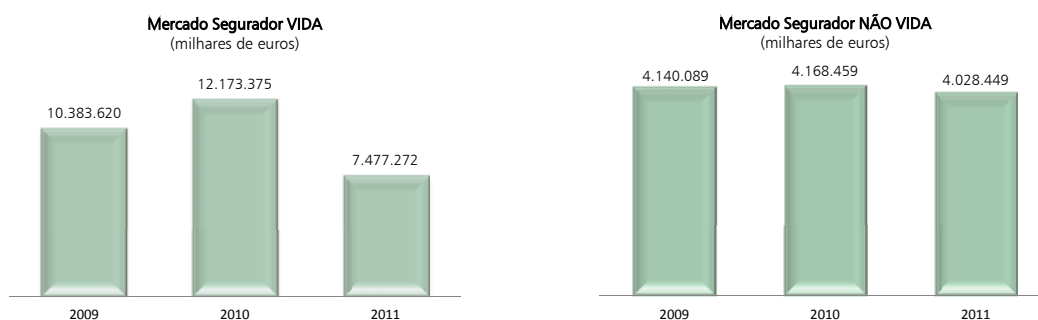
A Formação Bruta de Capital Fixo (vulgo Investimento) registou em 2011, uma retracção de 17%.



2.1.3. Evolução do Mercado Segurador em Portugal

O volume de negócios do mercado segurador português foi, em 2011, de 11,5 mil milhões de euros. Este valor reflecte uma diminuição de 28,8% face ao ano transacto.

O principal contributo para esta variação veio do Ramo Vida que registou uma quebra de 38,2% do volume de negócios. O Ramo Não Vida também apresentou uma variação negativa de 0,8%.



No Ramo Vida assistimos a uma diminuição de 2,6% do segmento de Seguros de Vida Risco.

Os produtos de capitalização também retraíram cerca de 33,6%.

O volume de produção relativo aos planos de poupança reforma diminuiu 59,8%.

Risco	Capitalização	PPR
-2,58%	-33,58%	-59,83%



2.2. ACTIVIDADE DA COMPANHIA

2.2.1. Enquadramento Geral

A Real Vida Seguros, S.A., em 2008, sendo detida a 100% pelo BPN - Banco Português de Negócios, S.A., foi alvo de nacionalização por aplicação da Lei n.º 62-A/2008, de 11 de Novembro, que aprovou o regime jurídico de apropriação pública por via de nacionalização, em execução do disposto no artigo 83º da Constituição, ficando a sua gestão a cargo da Caixa Geral de Depósitos.

Com a nacionalização, a Real Vida passou, a partir de 11 de Novembro de 2008, a ter a natureza de sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos.

A Real Vida Seguros, S.A., nasce em 1989, no âmbito do projecto iniciado em finais de 1988, por um núcleo de accionistas maioritariamente nortenho que fundou a Real Seguros, S.A., fixando a sua sede na cidade do Porto, com o objectivo de iniciar a sua actividade na área seguradora, especificamente nos Ramos Reais (Não Vida). Alargando a sua esfera de actividade, um ano depois, nasce a Real Vida Seguros, S.A..

Em 1999 a Real Vida Seguros, S.A. alterou a designação social para BPN Seguros de Vida, S.A., passando a ser detida, numa posição de maioria qualificada, pelo BPN - Banco Português de Negócios, S.A..

No último trimestre de 2003 alterou-se a denominação social de BPN Seguros de Vida, S.A. para Real Vida Seguros, S.A., com o objectivo de agrupar as duas Seguradoras numa única marca - "Real Seguros"- fortalecendo e solidificando a sua imagem.

Por efeito do processo de nacionalização, a Real Vida Seguros e a Real Seguros passaram a pertencer a grupos económicos distintos, concluindo-se em 2009 o processo de separação, deixando a Real Vida de usar a marca "Real Seguros".

Em resultado desta separação operacional, a Real Vida concentrou os seus serviços e colaboradores em Lisboa e no Porto, redefiniu a sua estrutura orgânica e funcional, procedeu à separação da sua plataforma informática, à autonomização da sua base de dados de Clientes, Mediadores, Fornecedores e demais prestadores de serviços, renegociou a generalidade dos contratos existentes, adoptou uma nova marca, redesenhou e substituiu todo o estacionário existente e procedeu ao lançamento de vários novos produtos, quer para o Canal Bancário (BPN), quer para o Canal de Mediação e mesmo para o canal directo.

Em 30 de Dezembro de 2010, a Real Vida passou a ser detida a 100% pela Parparticipadas, SGPS, S.A., sociedade detida a 100% pelo Banco BPN, S.A..

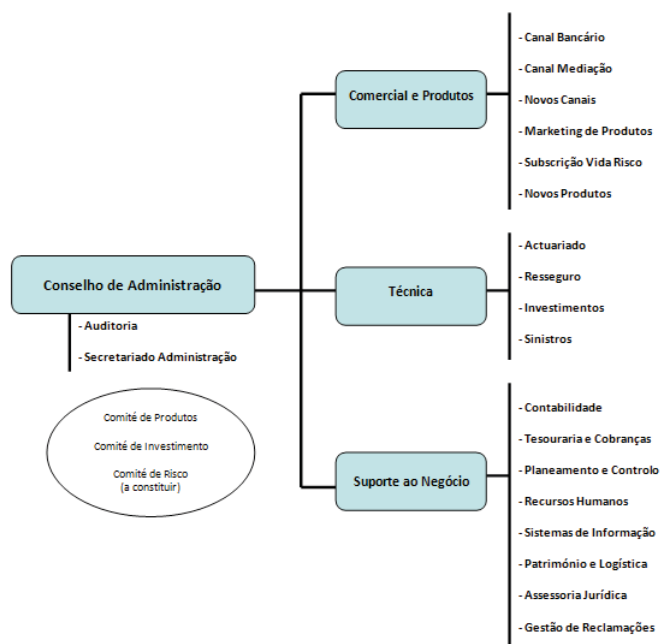
Lançou um novo sítio na internet preparado para acesso reservado de Mediadores e Clientes e com possibilidade de evoluir para possibilitar transacções directas.

No exercício de 2011 e no seguimento do seu plano de desenvolvimento foram realizadas diversas acções nomeadamente na estratégia de negócio focada nos Canais de Distribuição Bancário e Mediação e no investimento em plataformas electrónicas de apoio e suporte à venda. A Real Vida Seguros obteve, junto do Instituto de Seguros de Portugal, autorização para exercer actividade nos Ramos Não Vida "Acidentes", na modalidade de Acidentes Pessoais, e Não Vida "Doença".



2.2.2. Organização Interna

A estrutura organizacional não sofreu qualquer alteração em relação ao ano transacto, mantendo a seguinte distribuição:



A Área Comercial e Produtos, constituída pelas unidades de Novos Canais, Canal Bancário, Canal Mediação, Marketing de Produtos, Subscrição Vida Risco e Novos Produtos tem como responsabilidade dinamizar a estratégia comercial definida pela companhia junto dos respectivos canais de distribuição bem como garantir a satisfação dos parceiros de negócio e Clientes.

A Área Técnica é composta pelas unidades Actuariado, Resseguro, Investimentos e Sinistros, e tem como responsabilidade o desenvolvimento de metodologias actualizadas que viabilizam o cálculo da rentabilidade e adequado provisionamento técnico e convergência de activos com as responsabilidades, de forma a satisfazer e proteger o Cliente e salvaguardar os interesses da Real Vida, orientando-se sempre por critérios de rigor e transparência.

A Área de Suporte ao Negócio, constituída pelas unidades de Contabilidade, Tesouraria e Cobranças, Recursos Humanos, Planeamento e Controlo, Património e Logística, Assessoria Jurídica, Gestão de Reclamações e Sistemas de Informação, apoia o desenvolvimento da actividade, cria metodologias e ferramentas que visam o desenvolvimento e optimização das actividades de modo a garantir o cumprimento dos níveis de serviço ajustados às expectativas dos diversos Stakeholders.



2.2.3. Recursos Humanos

No decurso do ano de 2011, o número de colaboradores diminuiu 2,94% face ao ano anterior, o que representa um decréscimo de 3 colaboradores.

A estrutura de repartição dos colaboradores mantém-se semelhante em relação ao ano anterior na repartição pela Área de Suporte ao Negócio, Área Técnica e Área Comercial.

A afectação dos colaboradores às diferentes áreas da Companhia, encontra-se de acordo com os seguintes dados da tabela:

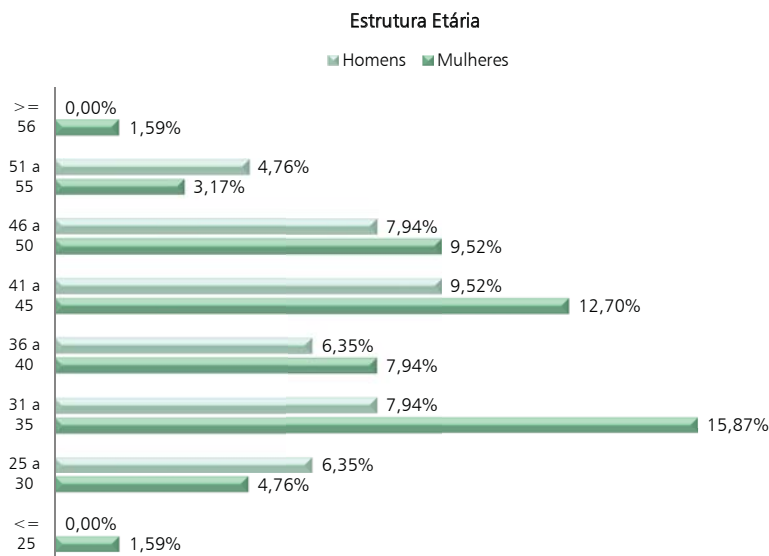
Colaboradores	2008		2009		2010		2011	
	Nº Func.	%	Nº Func.	%	Nº Func.	%	Nº Func.	%
Suporte ao Negócio	26	35,62%	27	39,71%	26	39,39%	25	39,68%
Técnica	11	15,07%	9	13,24%	5	7,58%	5	7,94%
Comercial e Produtos	36	49,32%	32	47,06%	35	53,03%	33	52,38%
Total	73		68		66		63	
Variação (%)	4,17%		-6,85%		-2,94%		-4,55%	

No que concerne à formação académica dos colaboradores, o escalão mais preponderante permanece o ensino secundário que representa 53,97%. O número de colaboradores com formação académica superior diminuiu para 28, no entanto este segmento ainda se mantém significativo, representando 44,44% dos colaboradores da companhia.

As alterações verificadas ao nível da formação académica, resultam da diminuição dos colaboradores no ano 2011.

A idade média dos colaboradores subiu para 40 anos, sendo que a idade média das mulheres passou para 39,89 e os homens para 40,15.

A repartição da estrutura etária da companhia não sofreu grande oscilação face ao ano transacto, e encontra-se distribuída de acordo com o seguinte gráfico:



2.2.4. Responsabilidade Social

No âmbito da responsabilidade social destacam-se as seguintes iniciativas realizadas ao longo de 2011:

Campanha de Sangue: “Dar Sangue é Segurar Vidas”

A Real Vida Seguros colaborou mais uma vez com o Instituto Português de Sangue; esta iniciativa tem vindo a ser realizada nos últimos anos, traduzindo-se já numa prática regular de Responsabilidade Social da Empresa. As dádivas de sangue realizaram-se nos meses de Março e Setembro.

Campanha Vacinação: “Vacinação Anti-Gripe 2011”

A Real Vida Seguros lançou mais uma campanha de vacinação com o objectivo de prevenir e proteger a saúde dos colaboradores, reduzindo o risco da infecção ou atenuando a gravidade da doença. Iniciativa realizada em Outubro.

Protocolo celebrado entre a Real Vida e a Agência Nacional para a Qualificação

Na sequência do protocolo assinado com a Agência Nacional para a Qualificação foi concluída em 2011 a formação de todos os colaboradores inscritos. A Real Vida apoiou e incentivou os colaboradores ao longo deste percurso, enaltecendo a motivação e empenho de cada um na obtenção com êxito da qualificação.

Concepção e divulgação de um Manual “Práticas Ambientais Sustentáveis”

A iniciativa de conceber um Manual de “Práticas Ambientais Sustentáveis” na Real Vida emerge da preocupação da Empresa em contribuir para a gestão do impacto ambiental, sensibilizando os Colaboradores a vários níveis: Luz e Climatização, Equipamentos de Escritório, Resíduos, Mobilidade. Através da realização de pequenas alterações na nossa rotina diária na Empresa, podemos ajudar a melhorar a qualidade de vida de todos e, conseqüentemente, contribuir para uma poupança económica.

Promoção de um estilo de vida saudável

A Real Vida Seguros desenvolveu algumas iniciativas no sentido de promover um estilo de vida saudável junto dos seus colaboradores, entre as quais destacamos: a acção intitulada “Acção Maçã” que consistiu na oferta de maçãs a todos os Colaboradores da empresa, acompanhada de uma “info RH” sobre a importância do consumo de frutas; a divulgação das modalidades desportivas e dos seus benefícios como um meio para melhorar a saúde e o bem-estar, bem como sugestões para quem não tem disponibilidade para ir ao ginásio e pretende exercitar-se em casa.

Festa de Natal das Crianças

No mês de Dezembro a Real Vida Seguros realizou uma Festa de Natal para os filhos dos Colaboradores, com o objectivo de criar uma maior interacção entre filhos, pais e empresa e proporcionar um momento de diversão aos filhos dos colaboradores.



2.2.5. Marketing e Comunicação

A actuação do Marketing e Comunicação em 2011 incidiu na promoção e incremento do grau de satisfação e fidelização dos Clientes e respectiva Rede de Distribuição, quer na produção de novo material de apoio e suporte à venda, quer na criação de novos produtos e sua dinamização através de campanhas.

Campanhas

Com vista à promoção dos produtos durante o ano foram desenvolvidas várias Campanhas, considerando as especificidades do Canal Mediação e do Canal Bancário. Neste sentido, e tendo como objectivo estratégico a dispersão da carteira e consequente diversificação da oferta de produtos, estas campanhas foram desenhadas de acordo com as necessidades do mercado e o momento económico que o país atravessa. Desta forma procurámos responder com uma oferta de produtos financeiros adequados, de modo a atenuar o impacto da crise sobre os nossos Clientes e Agentes, complementando a oferta com produtos de Vida Risco como é exemplo a reformulação efectuada ao produto Vida Pleno e o lançamento do produto Acidentes Pessoais.



O Cartão Click



Ainda no âmbito destas campanhas e de modo a potenciar as mesmas, foram desenvolvidos esquemas de incentivos para premiar os melhores Agentes na venda dos nossos produtos. Salientamos nesta área a plataforma electrónica de Incentivos Cartão Click, disponível no website da Real Vida Seguros, direccionada a um segmento de Agentes Premium. O desenvolvimento desta aplicação e a sua maturidade permitiram garantir com satisfação, não só a entrega de prémios como a informação em tempo real dos valores creditados neste cartão associado aos Agentes reconhecidos pelo seu desempenho e relação de parceria com a Real Vida Seguros.

A divulgação destas acções foi reforçada através do envio de Mailings personalizados e Newsletters direccionadas a Agentes e Clientes.

E-Marketing

Ao nível de E-Marketing as principais orientações passaram pela gestão e actualização de conteúdos do Site e da sua Área Reservada. O Site da Real Vida Seguros é o principal ponto de convergência de Clientes e Agentes para com a marca Real Vida Seguros. Ao funcionar como “cartão-de-visita” da Companhia, este meio de comunicação tem sido revestido de vital importância na medida em que fomenta a marca e os seus produtos junto dos diferentes targets. A Área Reservada foi também alvo de actualizações, para permitir a Clientes e Mediadores a consulta de informação detalhada, sobre os produtos subscritos junto da Companhia, bem como a gestão da carteira e a possibilidade de acesso a novos produtos e serviços.



2.3. ACTIVIDADE COMERCIAL

2.3.1. Alargamento e Melhoria da Oferta de Produtos e Serviços

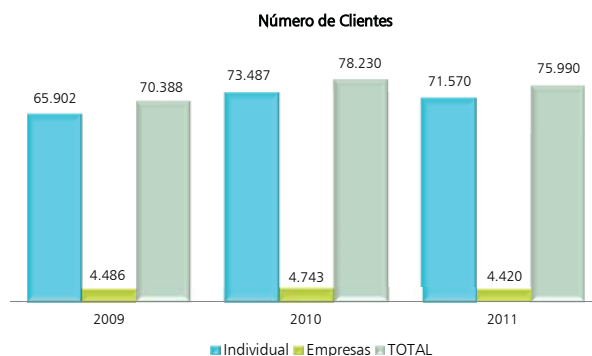
No respeitante à oferta global de Produtos a Real Vida Seguros alargou o seu leque, sendo a mesma no final de 2011 constituída por um total de 22 Produtos.

Desta oferta destacamos o Acidentes Pessoais, um produto do Ramo Não Vida “Acidentes”, que permite a possibilidade de optar entre dois planos de coberturas diferenciados para quem pretende garantir a sua protecção face aos acidentes, ocorridos no âmbito da sua actividade profissional ou na sua vida privada, em qualquer parte do mundo. Com o objectivo de explorar as potencialidades de Novos Canais de Distribuição, especificamente na vertente do Marketing Directo, no último trimestre do ano foi desenvolvido o modelo de venda do Acidentes Pessoais via Telemarketing. Para o efeito foram definidos segmentos alvo, script e timings de contacto, entre outras acções, estando o seu lançamento previsto para o início de 2012.

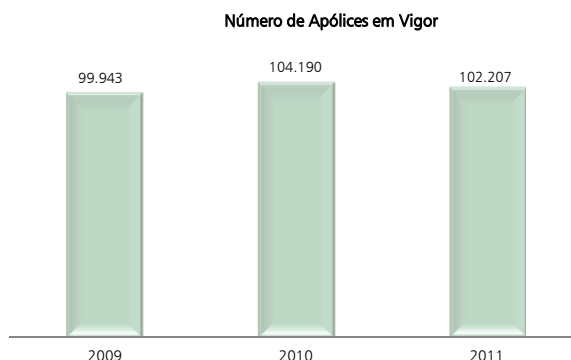
2.3.2. Clientes e Apólices

No decurso do ano de 2011, o número de clientes teve um decréscimo de 2.86%, que corresponde a uma diminuição de 2.240 clientes.

Este decréscimo reparte-se pelos segmentos Individual e Empresas com uma diminuição, respectivamente de 1.917 e 323 clientes.

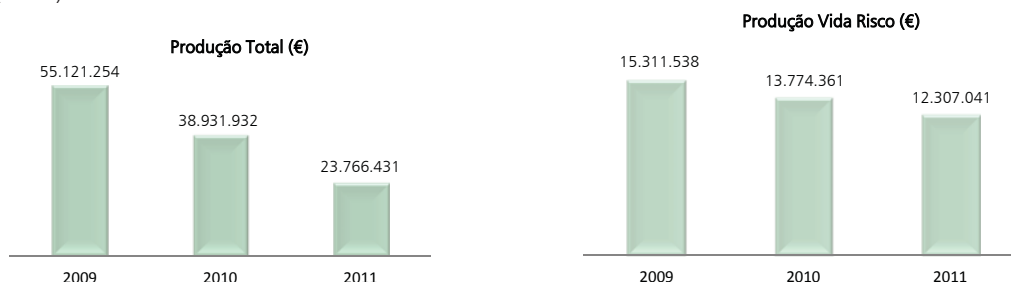


O número de apólices sofreu uma redução de 1.983 apólices, que representa uma diminuição de 1,90%.



2.3.3. Produção Comercial

A produção de seguro directo atingiu, em 2011, cerca de 23,7 milhões de euros, o que reflecte uma diminuição de 39% face ao ano transacto, em linha com a variação do volume de prémios do mercado (-38%).

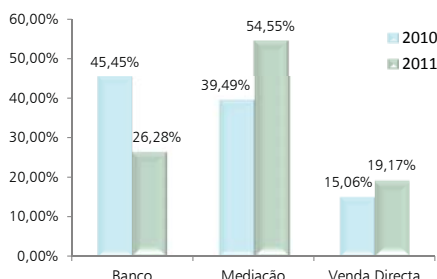


A quota de mercado da companhia manteve-se, em 2011, nos 0,32%, uma vez que a variação dos prémios da companhia acompanharam a variação de prémios do mercado.

No segmento “vida risco” a quota de mercado da companhia diminuiu ligeiramente para 1,36%, fruto de uma retracção de 10,6% no volume de prémios.

PRODUÇÃO TOTAL		2009	2010	2011
Taxa Crescimento		-7%	-29%	-39%
Quota Mercado (Vida)		0,53%	0,32%	0,32%
Produção Seguro Directo (Vida)		55.121.254	38.931.932	23.719.146
PRODUÇÃO VIDA RISCO		2009	2010	2011
Taxa Crescimento (Vida Risco)		1%	-8%	-10%
Quota Mercado (Vida Risco)		1,63%	1,46%	1,36%
Prémios Seguro Directo (Vida Risco)		15.311.538	13.774.361	12.307.041

Relativamente aos canais de distribuição verificou-se uma diminuição para 26% da preponderância do Canal Bancário, sendo essa diferença absorvida pelo Canal Mediação que passou a representar 54,5% e pela Venda Directa (19%). O Canal Mediação passou assim a representar mais de metade da produção da Companhia.



Em 2011 os segmentos de Capitalização e PPR, com retracções de 56% e 54% respectivamente, foram os que mais contribuíram para a desaceleração da companhia.

Nas outras linhas de negócio, os Mistos diminuíram cerca de 17% e os produtos de Risco 9%.



PRÉMIOS	2009		2010		2011	
	€	Var.	€	Var.	€	Var.
Risco	12.698.810	0,75%	11.649.039	-8,27%	10.589.147	-9,10%
Mistos	2.612.728	-21,20%	2.125.322	-18,66%	1.765.178	-16,95%
Capitalização	24.995.663	-28,21%	12.770.041	-48,91%	5.659.468	-55,68%
PPR	14.814.053	70,76%	12.387.530	-16,38%	5.752.637	-53,56%
TOTAL	55.121.254	-7,23%	38.931.932	-29,37%	23.766.431	-38,95%

2.3.4. Resgates e Indemnizações

O volume de resgates antecipados, de termos de contratos e de indemnizações pagas registaram, em 2011, cerca de 60,6 milhões de euros. Esta realidade reflecte um aumento de cerca de 15% face a 2010. O segmento de PPR's foi o que mais contribuiu para esta situação com um volume de 29,4 milhões de euros de resgates, termos e transferências, representando quase metade (48,5%) do total de resgates e indemnizações da companhia.

Em contrapartida, verificou-se uma melhoria do volume de resgates na componente de produtos mistos e nos seguros de capitalização, como melhor se pode ver no quadro seguinte:

RESGATES/INDEMNIZAÇÕES	2009		2010		2011	
	€	Var.	€	Var.	€	Var.
Risco	3.424.019	-22,23%	3.330.736	-2,72%	3.525.594	5,85%
Mistos	3.771.687	-15,41%	3.210.329	-14,88%	2.943.759	-8,30%
Capitalização	33.733.007	-62,55%	25.581.138	-24,17%	24.744.676	-3,27%
PPR	30.237.220	-48,40%	20.570.248	-31,97%	29.401.102	42,93%
Total	71.165.932	-54,83%	52.692.451	-25,96%	60.615.132	15,04%

2.3.5. Resseguro Cedido

As comissões de resseguro totalizaram em 2011 cerca de 2,2 milhões de euros, sendo que a percentagem das mesmas face aos prémios de resseguro cedido se manteve praticamente inalterada (cerca de 30%).

A Participação nos Resultados de Resseguro diminuiu perto de 900 mil euros, passando a representar, em 2011, 28% dos prémios de seguro directo.

O Resultado de Resseguro cifrou-se nos 1.176 mil euros, o que significa um aumento de 30% face a 2010.

RESSEGURO	2009			2010			2011		
	€	% Prm. Seg. Dir.	% Prm. Ress. Ced.	€	% Prm. Seg. Dir.	% Prm. Ress. Ced.	€	% Prm. Seg. Dir.	% Prm. Ress. Ced.
Prémios	8.201.009	64,58%	-	7.632.533	65,52%	-	7.167.410	67,69%	-
Comissões	2.433.341	-	29,67%	2.310.240	-	30,27%	2.427.691	-	33,87%
Part. Resultados Resseguro	1.433.240	-	17,48%	2.915.924	-	38,20%	2.026.746	-	28,28%
Resultado Resseguro	-2.259.776	-	-27,55%	-902.489	-	-11,82%	-1.176.130	-	-16,41%



2.4. ANÁLISE FINANCEIRA

2.4.1. Despesas Gerais

As despesas gerais da empresa registaram em 2011 nova diminuição, ficando abaixo dos 4 milhões de euros, o que significa uma redução de cerca de 13%.

A rubrica com maior contribuição para esta diminuição foram os fornecimentos e serviços externos com uma redução de 22,5%, menos 482 mil euros que em 2010.

Os custos com pessoal diminuiram 2,84%, depois de terem registado, em 2010, um aumento de idêntica percentagem.

Tipo Despesa	2009		2010		2011	
	Valor	Var %	Valor	Var %	Valor	Var %
Custo com Pessoal	2.141.241	-27,83%	2.202.042	2,84%	2.139.531	-2,84%
Forn. Serv. Externos	2.345.781	-56,38%	2.137.908	-8,86%	1.655.451	-22,57%
Impostos	38.270	-7,34%	35.845	-6,34%	29.494	-17,72%
Amortizações	120.173	12,66%	113.868	-5,25%	96.831	-14,96%
Juros Suportados	43	-50,64%	14	-66,29%	3	-80,35%
Total	4.645.508	-45,30%	4.489.677	-3,35%	3.921.309	-12,66%

2.4.2. Investimentos

A carteira de investimentos da Real Vida manteve-se, em 2011, acima dos 200 milhões de euros. As obrigações aumentaram ligeiramente a sua preponderância, passando a representar 80% dos activos. A restante estrutura da carteira de investimentos da empresa manteve-se praticamente inalterada.

Investimentos	2009		2010		2011	
	Valor	Estr.	Valor	Estr.	Valor	Estr.
Obrigações	168.332.339	64%	184.962.582	78%	162.071.786	80%
Futuros	219.751	0%	303.097	0%	246.231	0%
Ações e Unidades de Participação	35.463.515	14%	25.789.760	11%	21.904.403	11%
Depósitos a Prazo e Empréstimos	48.855.021	19%	15.443.401	6%	13.581.823	7%
Imóveis	3.008.295	1%	2.909.092	1%	2.686.951	1%
Caixa e Depósitos Ordem	6.512.425	2%	8.212.851	3%	1.141.973	1%
Total	262.391.346	100%	237.620.784	100%	201.633.167	100%



2.4.3. Resultados, Solvência e ROE

O resultado líquido da empresa foi, em 2011, de 3.035.423 euros.

Este resultado foi influenciado por situações extraordinárias, com efeito positivo e com efeito negativo, que no seu conjunto, tiveram um efeito nulo sobre o resultado alcançado. Entre essas situações, destacam-se as seguintes:

- Note Barclays com efeito negativo de 387 mil euros;
- Encerramento de sinistros de exercícios anteriores com impacto líquido positivo de 416 mil euros;
- Variação da Provisão para Participação nos Resultados a Atribuir com impacto líquido negativo de 162 mil euros;
- Imparidades com efeito líquido negativo de cerca de 1,3 milhões de euros;
- Resultado cambial com efeito líquido positivo de 56 mil euros;
- Correções de exercícios anteriores com efeito positivo de 533 mil euros;
- Anulação de provisões com efeito positivo de 311 mil euros;
- Imposto diferido activo com efeito positivo de 512 mil euros.

A rentabilidade dos capitais próprios registada em 2011 foi de 23%.

No quadro seguinte podemos ver a evolução verificada ao longo dos últimos 3 exercícios após a nacionalização da Companhia.

Resultados	2009	2010	2011
Resultado antes de Impostos	3.899.333	9.357.655	3.426.418
Resultado Líquido	3.275.268	8.536.267	3.035.423
R.O.E	24%	53%	23%

O rácio de cobertura da margem de solvência aumentou para 148%, refletindo assim o aumento do excesso da mesma face ao legalmente exigido.

A Companhia contraiu no final de 2011 um empréstimo subordinado junto do seu accionista único Parparticipadas, no montante de 3,5 milhões de euros, o que contribuiu para o cálculo da margem de solvência em 31 de Dezembro de 2011.

Solvabilidade	2009	2010	2011
Elementos Constitutivos da Margem de Solvência	16.735.202	14.734.245	16.905.516
Margem de Solvência requerida	11.906.375	11.464.638	11.426.108
Excesso/Insuficiência da Margem de Solvência	4.828.827	3.269.608	5.479.408
Rácio de Cobertura da Margem de Solvência	141%	129%	148%



2.4.4. Capital Próprio

O Capital Próprio da Real Vida totalizou em 2011 €13.405.516. Este montante é inferior ao registado em 2010 por influência da variação do valor de mercado de alguns activos financeiros detidos em carteira pela Companhia e consequente aumento da reserva regulamentar em mais de 5,6 milhões de euros.

Capital Próprio	2009		2010		2011	
	Euros	Var. (%)	Euros	Var. (%)	Euros	Var. (%)
Capital	15.000.000	-79%	15.000.000		15.000.000	
Reserva Reavaliação	1.941.076	-134%	-7.321.502	-477%	-12.960.300	77%
Reserva por Impostos Diferidos		-100%				
Outras Reservas		-100%			8.330.393	
Resultados Transitados	-3.481.142	-88%	-205.874	-94%		-100%
Resultado Líquido do Exercício	3.275.268	-105%	8.536.267	161%	3.035.423	-64%
Total	16.735.202	-158%	16.008.891	-4%	13.405.516	-16%

O capital social da empresa manteve-se idêntico ao do ano transacto (€15.000.000).

A reserva de reavaliação apresenta valores negativos, que se devem à variação do valor de mercado de alguns instrumentos financeiros.

2.5. PROPOSTA DE APLICAÇÃO DE RESULTADOS

Nos termos da alínea f) do n.º 5 do art.º 66 do Código das Sociedades, propõe-se que o Resultado do Exercício no montante de €3.035.423,05 tenha a seguinte aplicação:

Para Reserva Legal: € 303.542,31

Para Reserva Livre: € 2.731.880,74

2.6. DÍVIDAS À SEGURANÇA SOCIAL

Nos termos do disposto no art.º 2º do Decreto-lei 534/80 de 7 de Novembro e do art.º 21º do Decreto-lei 411 / 91 de 17 de Outubro, indica-se que à data de 31/12/2011 não existiam quaisquer dívidas ao Sector Público Estatal, cujo pagamento esteja em mora, nem dívidas à Segurança Social.

2.7. INFORMAÇÃO A QUE SE REFEREM OS ARTIGOS 447º E 448º DO C.S.C.

De acordo com o n.º5 do art.º 447º do Código das Sociedades Comerciais, nenhuma das pessoas abrangidas pelos números 1 e 2 do mesmo artigo, detinham acções da Real Vida Seguros, S.A..

De acordo com o n.º 4 do art.º 448º do Código das Sociedades informa-se que a Parparticipadas, SGPS, S.A. detém 100% acções da Real Vida Seguros, S.A..



2.8. INFORMAÇÃO A QUE SE REFERE A R.C.M. Nº 49/2007, DE 28 DE MARÇO E A LEI Nº 28/2009, DE 18 DE JUNHO

Conselho Administração	Presidente	Vogal	Vogal	Total Agregado do Conselho de Administração
	Rui Manuel Correia Pedras	José Filipe de Sousa Meira	Luís Manuel Afonso Martins	
Remunerações Fixas	-	23.940,00 €	20.947,50 €	44.887,50 €
Remunerações Variáveis Seguro de Saúde	-	-	-	-
Total	-	23.940,00 €	20.947,50 €	44.887,50 €

Conselho Fiscal	Presidente	Vogal	Vogal	Total Agregado do Conselho Fiscal
	Luís Manuel Machado Vilhena da Cunha	Pedro José Gomes Nascimento Barreira	Rui Manuel Pinto de Abreu	
Remunerações Fixas	8.380,11 €	9.450,00 €	6.285,08 €	24.115,19 €

Revisor Oficial de Contas/Audidores

Prestação de Serviços de Auditoria	133.301,25 €
------------------------------------	--------------

As remunerações dos membros do Conselho de Administração e dos membros do Conselho Fiscal sofreram as reduções impostas pela Lei nº 12-A/2010 de 30 de Junho e pela Lei nº 55-A/2010, de 31 de Dezembro, por força da Lei nº 64-B/2011 de 30 de Dezembro.



2.9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Conselho de Administração deseja endereçar um muito sincero agradecimento a todos aqueles que, compreendendo esta etapa da Companhia, contribuíram para o seu desenvolvimento e afirmação, realçando em particular:

- O Accionista único que dotou a Companhia dos capitais adequados ao reequilíbrio financeiro necessário para assegurar a regular continuidade da respectiva actividade;
- Às Autoridades de Supervisão, em especial ao Instituto de Seguros de Portugal pela permanente compreensão, disponibilidade e colaboração com o Conselho de Administração na busca de soluções para assegurar a continuidade da actividade da Companhia;
- O Conselho Fiscal, à Mesa da Assembleia Geral e ao Revisor Oficial de Contas, pela solidariedade institucional demonstrada e eficácia dos seus conselhos, permitindo uma evolução sensível na qualidade e eficiência da prestação de contas;
- Aos Agentes, Corretores e Resseguradores, pelo apoio prestado e pela confiança com que continuam a honrar a Companhia;
- Aos Colaboradores que, pela permanente disponibilidade, versatilidade, dedicação e compreensão encontradas, tornaram possível a obtenção dos resultados verificados e a reafirmação da Companhia no mercado segurador;
- Aos nossos Clientes que, num momento tão especial da vida da Companhia, se mantiveram ao nosso lado, desejamos expressar um especial reconhecimento pela preferência e reiterada confiança que em nós depositaram e pelo estímulo permanente no sentido da melhoria da oferta de produtos e da qualidade de serviço.

Porto, 27 de Março de 2012

O Conselho de Administração

Rui Manuel Correia Pedras (Presidente)

José Filipe de Sousa Meira

Luís Manuel Afonso Martins



3.1. RELATÓRIO SOBRE BOM GOVERNO

3.1.1. Missão, Objectivos e Políticas da Empresa

3.1.1.1. Missão

A Missão da Companhia será definida após a redefinição da estratégia do Grupo BPN.

3.1.1.2. Principais Objectivos Estratégicos

Embora aguarde ainda a redefinição dos objectivos estratégicos do Grupo BPN, actualmente a Companhia tem-se orientado por três vectores de princípios: criação de valor para o Accionista, melhoria na oferta de produtos e serviços aos Clientes e valorização e motivação dos Colaboradores.

3.1.2. Princípios Gerais de Actuação

3.1.2.1. Regulamentos Internos e Externos a que a Empresa está sujeita

A Companhia está sujeita a todas as normas legais relativas às sociedades anónimas, designadamente ao Código das Sociedades Comerciais, e às decorrentes do seu estatuto de empresa de capitais públicos, de que se destacam a Resolução do Conselho de Ministros nº 49/2007, de 28 de Março, que aprovou os princípios de bom governo das empresas do Sector Empresarial do Estado (SEE), cujo regime jurídico consta do DL nº 558/99, de 17 de Dezembro, com a redacção actualmente em vigor.

A Companhia está também sujeita a normas aplicáveis em matéria de acesso e exercício da actividade seguradora. A Companhia dispõe de um conjunto de normas gerais de serviço e manuais de procedimentos aprovados pelo Conselho de Administração, publicado na intranet ou divulgado internamente através dos meios de comunicação institucionais, às quais todos os Colaboradores se encontram sujeitos, o qual abrange os aspectos mais relevantes do respectivo funcionamento e do exercício da actividade.

i) Código de Conduta

Está instituído na Companhia um Código de Conduta, que refere os princípios gerais e as regras de conduta aplicáveis a todos os Colaboradores. Este código está publicado na intranet e foi divulgado internamente através dos meios de comunicação institucionais. Encontra-se também publicado no sítio de internet da Companhia.

3.1.2.2. Cumprimento de Legislação e Regulamentação

Toda a actividade da Companhia é norteada pelo cumprimento rigoroso das normas legais, regulamentares, éticas, deontológicas e de boas práticas, não tendo sido instaurado, em 2010, qualquer processo por infracção das mesmas.



i) Aplicação de Normas de Natureza Fiscal

O cumprimento da legislação e regulamentação em matéria fiscal é assegurado por serviços competentes para o devido efeito.

ii) Aplicação de Normas de Branqueamento de Capitais

A Companhia dispõe de uma Política de Prevenção de Branqueamento de Capitais, assegurada pela área de Auditoria. Nesta matéria, foram realizadas acções de formação e implementados procedimentos que garantam uma monitorização eficaz das operações, no sentido de permitir a detecção de operações potencialmente suspeitas da prática do crime de branqueamento de capitais e financiamento do terrorismo, para posterior comunicação às autoridades públicas competentes.

No que concerne à prevenção de branqueamento de capitais e combate ao financiamento do terrorismo, a actividade da Companhia é norteadada pelo cumprimento rigoroso da legislação e regulamentação. Assim, os Colaboradores da empresa encontram-se obrigados ao cumprimento escrupuloso dos deveres consagrados no ordenamento jurídico vigente, designadamente o dever de diligência relativo ao conhecimento das relações de negócio levadas a cabo pelos respectivos clientes, o de conservação dos documentos e o de comunicação tempestiva das operações potencialmente suspeitas de configurar branqueamento de capitais ou financiamento do terrorismo.

iii) Normas de Concorrência e de Protecção do Consumidor

A transparência das práticas comerciais e a redução da complexidade dos produtos tem sido preocupação permanente da Companhia, através da melhoria dos seus conteúdos informativos e não se envolvendo em metodologias de venda agressivas, que possam comprometer uma sã e menos leal concorrência.

Assim, a Companhia tem vindo a implementar um circuito para o lançamento e comercialização de produtos que tem em consideração o enquadramento legislativo e regulamentar aplicável, nomeadamente as normas de concorrência e de protecção do consumidor. Nesse sentido, foram desenvolvidos simuladores no sítio de internet da Companhia, acompanhados de toda a documentação contratual e pré-contratual.

iv) Aplicação de Normas de Natureza Ambiental

A Companhia está comprometida com a preservação do ambiente, através da promoção de comportamentos ambientalmente adequados.

v) Aplicação de Normas de Índole Laboral

A Companhia pauta as suas relações laborais por critérios de grande rigor e elevados padrões éticos, procurando sempre evitar o conflito através do diálogo esclarecedor e construtivo com os seus Colaboradores.



3.1.2.3. Implementação de Políticas de Recursos Humanos

A política de recursos humanos da Companhia é norteada por um conjunto de pilares fundamentais que assentam nos seguintes princípios:

- A humanização das relações e das condições de trabalho;
- A prática da não discriminação traduzida numa gestão com princípios de igualdade, sem ignorar a diversidade;
- O respeito pela dignidade e promoção da Pessoa;
- A adopção de políticas integradas que articulam medidas de prevenção, educação, formação e emprego.

i) Igualdade de Tratamento e de Oportunidades entre Homens e Mulheres

No processo de recrutamento e selecção, a Companhia não exerce discriminação com base no género, etnia, ou nacionalidade. Este respeita integralmente o princípio da igualdade de oportunidades, sendo a selecção feita de acordo com o currículo e o perfil de competências de cada candidato.

Por outro lado, a Companhia, no âmbito das boas práticas seguidas na sua política de recursos humanos e da promoção da valorização da Pessoa enquanto tal, entende também que deve ser dada igualdade de tratamento e de oportunidades a pessoas portadoras de deficiência.

ii) Conciliação da Vida Pessoal, Familiar e Profissional

A Companhia tem também por preocupação a conciliação do trabalho e da família, através da adequação e flexibilidade de horários e condições de trabalho, mobilidade interna e adequação das condições físicas e psicológicas dos trabalhadores, equipando os postos de trabalho de acordo com as necessidades específicas apresentadas.

iii) Valorização Profissional dos Trabalhadores

A Companhia promove a formação dos seus Colaboradores, como forma de valorização profissional dos mesmos, sendo estes incentivados à formação permanente e contínua ao longo da sua vida profissional.

3.1.3. Transacções Relevantes com Entidades Relacionadas

Não existem transacções relevantes com entidades relacionadas. Nas transacções com entidades relacionadas são praticados preços de mercado.

3.1.4. Outras Transacções

3.1.4.1. Procedimentos em matéria de Aquisição de Bens e Serviços

A Companhia dispõe de procedimentos transparentes relativos à aquisição de bens e serviços, através da adopção de critérios de adjudicação orientados por princípios de economia e eficácia.



Os procedimentos adoptados são os seguintes:

- Consultas a um conjunto alargado de fornecedores;
- Selecção de fornecedores tendo por base a análise comparativa das propostas apresentadas;
- Autorização de despesas de acordo com as competências delegadas;
- Formalização dos contratos com fornecedores de bens/prestadores de serviços.

3.1.4.2. Transacções que não tenham ocorrido em Condições de Mercado

Não se verificaram na Companhia transacções fora das condições de mercado.

3.1.4.3. Lista de Fornecedores que representam mais de 5% dos Fornecimentos e Serviços Externos em Base Individual

Não existem na Companhia fornecedores nestas condições.

3.1.5. Modelo Societário

O modelo de governo da sociedade que assegura a efectiva segregação de funções de administração e fiscalização, é composto, de acordo com os Estatutos da Sociedade, pelos seguintes órgãos sociais:

- A Assembleia Geral;
- O Conselho de Administração;
- O Conselho Fiscal;
- O Revisor Oficial de Contas.

Os membros dos órgãos sociais da Companhia são eleitos por um período de 3 anos, podendo ser reeleitos.

3.1.5.1. Assembleia Geral

A Mesa da Assembleia Geral tem a seguinte composição:

- Presidente: Luís Telles de Abreu
- Secretário: Armando José Fonseca Pinto

A Assembleia Geral, cujo mandato em curso corresponde ao período de 2010 a 2012, delibera sobre as matérias que lhe são atribuídas por lei e pelos Estatutos da Sociedade.

Conselho de Administração

O Conselho de Administração, cujo mandato em curso corresponde ao período de 2010 a 2012, tem a seguinte composição:

Presidente: Rui Manuel Correia Pedras

Vogais: José Filipe Sousa Meira

Luís Manuel Afonso Martins

As competências do Conselho de Administração decorrem da lei e dos Estatutos da Sociedade.



3.1.5.2. Órgãos de Fiscalização

A fiscalização da sociedade compete a um Conselho Fiscal e a um Revisor Oficial de Contas ou a uma sociedade de Revisores Oficiais de Contas, com as competências previstas na lei e cujo mandato em curso corresponde ao período de 2010 a 2012.

i) Conselho Fiscal

O Conselho Fiscal tem a seguinte composição:

Presidente: Luís Manuel Machado Vilhena da Cunha

Vogais: Pedro José Gomes Nascimento Barreira

Rui Manuel Pinto de Abreu

ii) Sociedade de Revisores Oficiais de Contas

A Sociedade de Revisores Oficiais de Contas designada é a Deloitte & Associados, SROC, S.A., representada por Augusta Francisco.

3.1.5.3. Auditor Externo

A auditoria anual às contas da Companhia é efectuada por entidade independente externa. Em 2008, 2009 e 2010, as contas foram auditadas pela Deloitte, que tem como interlocutores privilegiados o Conselho de Administração e a Unidade de Contabilidade.

3.1.5.4. Sistema de Controlo

A Gestão de Risco é objecto de um capítulo autónomo do Relatório e Contas de que este relatório sobre o bom governo da sociedade constitui anexo.

3.1.5.5. Prevenção de Conflitos de Interesses

Os membros do Conselho de Administração têm pleno conhecimento das normas relativas à abstenção de participar na discussão e deliberação de determinados assuntos e respeitam escrupulosamente essas mesmas normas na sua actividade.

A acumulação de funções por dois membros do Conselho de Administração noutras seguradoras, está expressamente salvaguardado no diploma de nacionalização do Banco Português de Negócios.

3.1.6. Remuneração dos Membros dos Órgãos Sociais

Esta informação consta no respectivo Anexo às Demonstrações Financeiras do Relatório e Contas de 2010.



3.1.7. Divulgação de Informação Relevante

3.1.7.1. Divulgação de Informação Privilegiada

A Companhia não se encontra admitida à cotação, nem detém emissões de títulos transaccionados em mercados financeiros, pelo que não tem nomeado um representante para as relações com o mercado.

3.1.7.2. Divulgação de Informação sobre o Governo Societário

O presente relatório sobre o Governo da Sociedade, que constitui um capítulo autónomo do Relatório e Contas de 2010 da Companhia, visa cumprir a Recomendação de incluir no Relatório de Gestão um ponto relativo ao governo da sociedade.

3.1.7.3. Análise da Sustentabilidade da Empresa

Nesta fase, e no actual contexto de transição da empresa, a sustentabilidade tem sido uma preocupação dominante na gestão da Companhia. Nesse sentido, as matérias de desenvolvimento sustentável são cada vez mais importantes, uma vez que dizem respeito à responsabilidade das empresas para com os seus Clientes, Colaboradores e para com a sociedade em geral.

Num contexto de instabilidade financeira e económica, como o que se continuou a viver durante o ano de 2010, os factores de transparência, ética e responsabilidade ganharam uma especial relevância, constituindo mais um elemento catalisador de uma provável mudança de paradigma, valores e atitudes em que os temas da sustentabilidade ganharam importância acrescida.

3.1.7.4. Nomeação de um Provedor do Cliente

A Companhia dispõe, desde 20 de Novembro de 2009, de um Provedor do Cliente através da Provedoria do Cliente assegurada pelos serviços do CIMPAS (Centro de Informação, Mediação, Provedoria e Arbitragem de Seguros), ficando assim assegurado o direito de reclamação, bem como a apresentação de sugestões, que pode ser exercido em qualquer ponto de contacto com os seus clientes.

A Companhia dá particular ênfase à gestão e tratamento das reclamações, na dupla perspectiva de melhoria de serviço ao cliente e de controlo interno.

As reclamações e sugestões são tratadas e acompanhadas com o máximo rigor e celeridade, por estruturas dedicadas que garantem a centralização, a análise, o tratamento e a resposta a todas as reclamações e sugestões, qualquer que seja o canal de contacto e o suporte utilizado pelo Cliente.

