



www.montepio.pt

O Montepio é uma instituição bancária portuguesa ligada à economia social, materializando os valores de associativismo, solidariedade e humanismo. 168 anos após a fundação, o Montepio continua activo na solidariedade e no apoio a projectos de natureza social. O Montepio apresenta-se como uma instituição preocupada em apresentar aos seus associados e clientes as melhores soluções para satisfazer as suas necessidades financeiras do dia-a-dia de previdência.

Produtos e Valores da Marca

Com 168 anos, a marca Montepio é uma das mais antigas marcas portuguesas, com uma história de tradição e de grande solidez. O Montepio posiciona-se como a maior instituição mutualista e financeira de capitais privados exclusivamente portugueses. O mutualismo, enquanto valor, cruza-se com os conceitos de cidadania, participação, responsabilidade cívica e convívio em sociedade, tendo por objectivo possibilitar a evolução humana. O Montepio procura maximizar os resultados como forma de melhorar as condições dos associados e poder participar

em actividades de valorização humana: saúde, cultura, artes, ciência e educação. Aos valores herdados pela marca, e que fazem parte da sua já longa história, juntam-se os novos princípios, que resultam da consciência do que é o mercado, como lugar de competitividade, inovação e crescimento. O Montepio assume, hoje, a procura pela inovação, elevado desempenho, vitalidade, proximidade como forma de se tornar mais rentável, crescendo no mercado.

Inovação e Comunicação

Em Outubro de 2006, o Montepio

renovou a sua imagem num processo global que envolveu desde a alteração do logotipo, à assinatura, passando pelas cores e "lettering". O logotipo foi remodelado, tornando-se mais simples, fácil e "amigável", com formas mais arredondadas e "simpáticas". O "lettering" utilizado é mais moderno e informal, numa tipografia mais aberta, suave e jovem. O símbolo do Montepio, o pelicano, é representado de uma forma mais humana e próxima, de olhos abertos e zelar pela cria, acompanhando-a no seu crescimento, ao longo da sua vida. As cores são mais vivas e alegres, num azul marinho que lembra

tranquilidade, o mar, o povo português, e amarelo torrado, inspirado nos campos, na terra e no pôr-do-sol ao entardecer. A assinatura do Montepio mudou para "Valores que crescem consigo" tendo evoluído naturalmente do "Há valores que duram sempre". A mudança de imagem foi implementada nos 300 Balcões Montepio, em todo o país, e teve continuidade nos restantes suportes de comunicação – publicidade, "Internet", MUPs, folhetos, etc.

Mercado

Num sector tão competitivo, como o sistema bancário, o Montepio afirma-



Montepio surge como um banco universal e multiespecialista, um "parceiro de negócio" para empresários em nome individual, micro-empresas e PMEs.

Vantagens Competitivas e Desenvolvimentos Futuros

Nos últimos anos, o Montepio rejuvenesceu e lançou um novo ciclo de desenvolvimento, assente num conceito de negócio mais moderno e arrojado. A par da mudança de imagem e de comunicação, a instituição criou novos produtos, mais competitivos e atraentes. Actualmente, há cada vez mais portugueses que "são donos do seu banco", seja pela preocupação em relação ao futuro, seja pela "legitimidade" do conceito de mutualismo, assente na ideia de solidariedade e protecção. Assim, a linha de actuação da instituição está lançada e firmada, sendo necessário tomar o banco cada vez mais eficiente e rentável, como forma de, através do valor gerado, poder prosseguir com a actividade mutualista. O Montepio pretende aumentar a produtividade comercial por via da eficácia da

distribuição, fidelização de clientes e alargamento da oferta de produtos e serviços. A instituição planeia igualmente

Factos que desconhece

Segundo a lenda, o pelicano é uma ave que alimenta as suas crias com o próprio sangue, significando altruísmo e auxílio.

Para celebrar os 160 anos de existência, o Montepio patrocinou a vinda dos Rolling Stones a Portugal, em 1990, naquele que foi o primeiro megaconcerto nacional.

O primeiro sistema de máquinas de transacções automáticas foi lançado pelo Montepio, funcionando com o cartão de débito "Cheve 24".

O Montepio, antiga Caixa Económica de Lisboa, ocupa a mesma sede na rua de Áurea desde 1865 até aos dias de hoje.

diversificar o negócio, desconcentrando a estrutura de proveitos, com ênfase nos produtos financeiros, crédito e poupança. O Montepio aspira conquistar cada vez mais público num segmento superior de mercado, bem como nas pequenas e médias empresas e microempresas.

1840

O Montepio Geral inicia actividade por Carta Régia de D. Maria II, datada de 24 de Agosto. O pelicano, símbolo do altruísmo e auxílio, é desde logo o leão escolhido.

1846

O Montepio Geral aprova a admissão do primeiro elemento do sexo feminino.

1861

Abertura da primeira delegação no estrangeiro, em Gós.

1930

O Montepio Geral é a primeira entidade privada a empregar os seus fundos na construção de habitação de carácter social para venda ou arrendamento aos seus associados.

1940

Na celebração do primeiro centenário, o Montepio Geral é condecorado com a "Grã-cruz de Ordem de Benemerência".

1982

O Montepio lança o primeiro cartão de débito e primeiro ATM (chave 24) em Portugal.

1986

O Montepio cria a Lusfânica – Companhia de Seguros SA, a primeira seguradora do país 25 de Abril.

1995

Constituição da Fundação Montepio Geral.

2005

É ultrapassada a barreira dos 300 mil associados.

2006

É lançada a nova identidade visual e arranca a campanha que assume o posicionamento diferenciador da marca.

