

Relatório e Contas

Anual

2021

**Fidelidade – Companhia de
Seguros, S.A.**

Relatório e Contas

Consolidado e Separado

2021

Fidelidade – Companhia de Seguros, S.A.

Sede: Largo do Calhariz nº 30 - 1249-001 Lisboa

Nº Cont. 500 918 880

Índice

A RELATÓRIO ÚNICO DE GESTÃO

B RELATÓRIO E CONTAS CONSOLIDADO

B1 Demonstrações Financeiras Consolidadas

B2 Relatório e Pareceres às Contas Consolidadas

C RELATÓRIO E CONTAS SEPARADO

C1 Demonstrações Financeiras Separadas

C2 Relatório e Pareceres às Contas Separadas

D RELATÓRIO SOBRE O GOVERNO DA SOCIEDADE

E RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE



A Relatório Único de Gestão

Índice

1. MENSAGEM DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
2. QUEM SOMOS
 - 2.1 Principais Indicadores
 - 2.2 Modelo de Criação de Valor
 - 2.3 Missão e Valores
 - 2.4 A nossa História
 - 2.5 Estrutura Acionista e Societária
 - 2.6 A nossa presença no Mundo
 - 2.7 Órgãos Sociais e Governo da Sociedade
 - 2.8 Destaques de 2021
3. O NOSSO MODELO DE NEGÓCIO
 - 3.1 A nossa Marca
 - 3.2 Produtos e Serviços
 - 3.3 Canais de Distribuição
 - 3.4 Inovação e Digitalização
 - 3.5 As Nossas Pessoas
4. ESTRATÉGIA E GESTÃO DO RISCO
 - 4.1 Estratégia do Grupo Fidelidade
 - 4.2 Como gerimos o risco
5. DESEMPENHO FINANCEIRO
 - 5.1 Enquadramento de Mercado
 - 5.2 Quotas de Mercado
 - 5.3 Desempenho Financeiro Consolidado
 - 5.4 Desempenho Financeiro Individual
 - 5.5 Eventos Subsequentes
 - 5.6 Como vemos o Futuro
6. DEMONSTRAÇÃO NÃO FINANCEIRA
7. APLICAÇÃO DE RESULTADOS
 - 7.1 Proposta de Aplicação de Resultados

1. MENSAGEM DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

MENSAGEM DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Estes dois últimos anos foram, sem qualquer dúvida, dos mais desafiantes das últimas décadas. Uma prova de resiliência, de capacidade de adaptação e de sensibilidade social. De resiliência, para superar os efeitos económicos da pandemia; de adaptação às alterações sociais que esta introduziu; e de sensibilidade social para responder às necessidades da população.

Quando em 2020 fomos surpreendidos pela Pandemia tomámos uma decisão: apoiar em tudo o que pudéssemos os nossos clientes. E em 2021 continuámos esse caminho, procurando fazer o que uma seguradora deve fazer: proteger as pessoas e o seu património, proteger os colaboradores, clientes e parceiros de negócio e alargando esta onda de proteção a toda a sociedade.

Estamos plenamente convencidos de que os resultados positivos que tivemos em 2021 foram profundamente impactados pelo reconhecimento que todos os *stakeholders*, nomeadamente os nossos clientes, fizeram deste apoio sólido e inequívoco à comunidade.

Os resultados de 2021 demonstram que a Fidelidade tem conseguido gerir esta instabilidade e sabido conjugar os seus atributos, crescendo acima do mercado. Em Portugal crescemos 1,9pp a nossa quota de mercado, chegando a um valor histórico de 29,1%, num cenário macroeconómico difícil, em que Portugal viveu a pior crise económica e sanitária da sua história contemporânea. Num contexto em que em todas as geografias onde estamos presentes as dificuldades foram significativas, foi possível alcançar um crescimento global dos prémios em 38% para 4.912 milhões de euros, e uma melhoria do resultado líquido para 270 milhões de euros, com um acréscimo de 21,6% face a 2020. Neste capítulo devemos destacar o crescimento assinalável dos prémios do negócio Vida Financeiro em 107% bem como do negócio internacional em cerca de 20%, proveniente de operações espalhadas por 12 países e quatro continentes.

A nossa estratégia de internacionalização, fortemente impulsionada nos anos mais recentes, tem-se revelado acertada. Pela primeira vez na história ultrapassámos a barreira dos 1.000 milhões de euros de prémios gerados fora de Portugal. A grande maioria das operações internacionais tiveram um crescimento sustentado, sendo de destacar a evolução da nossa subsidiária no Chile, uma operação *green field* que conseguiu aumentar o seu volume de negócios de 32,4 milhões de euros em 2020 para 61,6 milhões de euros em 2021, um salto extraordinário e revelador da capacidade de inovação e crescimento num mercado muito competitivo.

Prosseguindo o processo de internacionalização, reforçámos também a presença em Moçambique, país onde a Fidelidade estava já presente, com a compra de 70% do capital da SIM, Seguradora Internacional de Moçambique, operação que nos permitirá ocupar o terceiro lugar no ranking das maiores seguradoras nesse mercado. Na Europa, chegámos a acordo para a aquisição de 70% de capital da *insurtech* The Prosperity Group AG, grupo que tem como principal atividade o desenvolvimento de produtos de poupança de longo prazo, assentes em soluções tecnológicas inovadoras, com 98% dos seus clientes na Suíça e Alemanha, mercados de grande potencial neste segmento. Com prémios brutos em 2021 de 200 Milhões de Euros, a empresa tem um volume de prémios globais comprometidos expectáveis de mais de 5,5 Mil Milhões de Euros nos próximos anos. Com os recentes desenvolvimentos, a Fidelidade estará na liderança de mercado em Portugal, na Bolívia e em Cabo Verde, e no Top 3 no Perú, Angola e Moçambique.

A notação de *rating* A- atribuída pela agência Fitch à Fidelidade, classificação que está acima da dívida soberana portuguesa e das principais entidades financeiras de Portugal, confirma a nossa empresa como uma das mais solventes do país. Por outro lado, em maio de 2021, a Fidelidade emitiu 500 milhões de euros em dívida subordinada (*Tier II*) a 10 anos, o que permitiu reforçar de forma decisiva os capitais e garantir as condições para que o Grupo possa continuar a crescer com toda a solidez.



Em Portugal, prosseguimos o caminho de inovação e de aposta na excelência da experiência de cliente tendo por base a nossa abordagem digital e de reforço da omnicanalidade. O melhor exemplo do sucesso da nossa estratégia é o facto de termos já, em Portugal, mais de 1 milhão de clientes a usar a nossa APP e a área privada de cliente. Lançámos novas soluções de produtos e de serviços, das quais destacáramos o lançamento da *App Mysavings 2.0*, fundamental para reforçar o nosso posicionamento enquanto parceiro dos nossos clientes no planeamento do seu futuro financeiro, ou o *speechbot “Maria”*, uma solução de atendimento ao cliente na área de assistência, com recurso a inteligência artificial, e que foi reconhecida com vários prémios de inovação em Portugal.

Preparar o futuro é algo que não podemos deixar de fazer na Fidelidade. A sustentabilidade é sempre uma das nossas principais preocupações e é por isso que continuamos a apostar na prevenção, na mitigação dos riscos e na responsabilidade ambiental. O contínuo investimento no programa *Vitality*, que recompensa a adoção de hábitos de vida saudáveis pelos nossos clientes reflete esta atitude na área da saúde. Mas também no automóvel, em que através da *App Mydrive* continuamos a incentivar comportamentos de condução mais sustentáveis do ponto de vista ambiental, e a induzir a redução da sinistralidade, ao premiar os clientes que adotem uma condução mais eficiente e segura. Lançámos também o *PPR 40+ESG*, uma solução financeira que associa a poupança à promoção de boas práticas ambientais, e que está totalmente alinhado com os princípios de sustentabilidade defendidos pela Fidelidade.

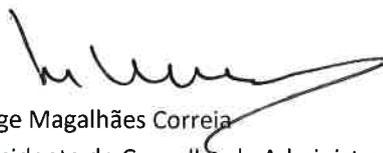
Honrando o nosso espírito *WeCare*, continuámos a fazer muito mais do que estávamos obrigados no contínuo auxílio à população portuguesa e em todos os mercados onde temos operações. Como exemplo deste apoio destacamos a disponibilização de um *check-up de saúde pós-covid gratuito* para todos os clientes do seguro de saúde em Portugal.

Para terminar, queríamos deixar uma palavra muito especial e um agradecimento aos nossos colaboradores e parceiros. Os bons resultados e o sucesso que atingimos não teriam sido possíveis sem o forte compromisso de todos eles que, em condições muito difíceis, vaga após vaga pandémica, continuaram a manter uma enorme resiliência e uma fidelidade inquestionável ao nosso propósito de sempre: Proteger os nossos clientes, para que a vida não pare.

Confiantes na nossa estratégia, continuaremos a trabalhar para enfrentar o futuro pós-pandemia, nomeadamente, prosseguindo o esforço de rejuvenescimento e reforço das competências dos nossos colaboradores. A nossa ambição sustentada na inovação, na internacionalização e o foco nas pessoas continuarão a ser determinantes para a Fidelidade durante 2022. Estamos a preparar-nos para o futuro, um futuro que será cada vez mais sustentável.



Rogério Campos Henriques
Presidente da Comissão Executiva do CA

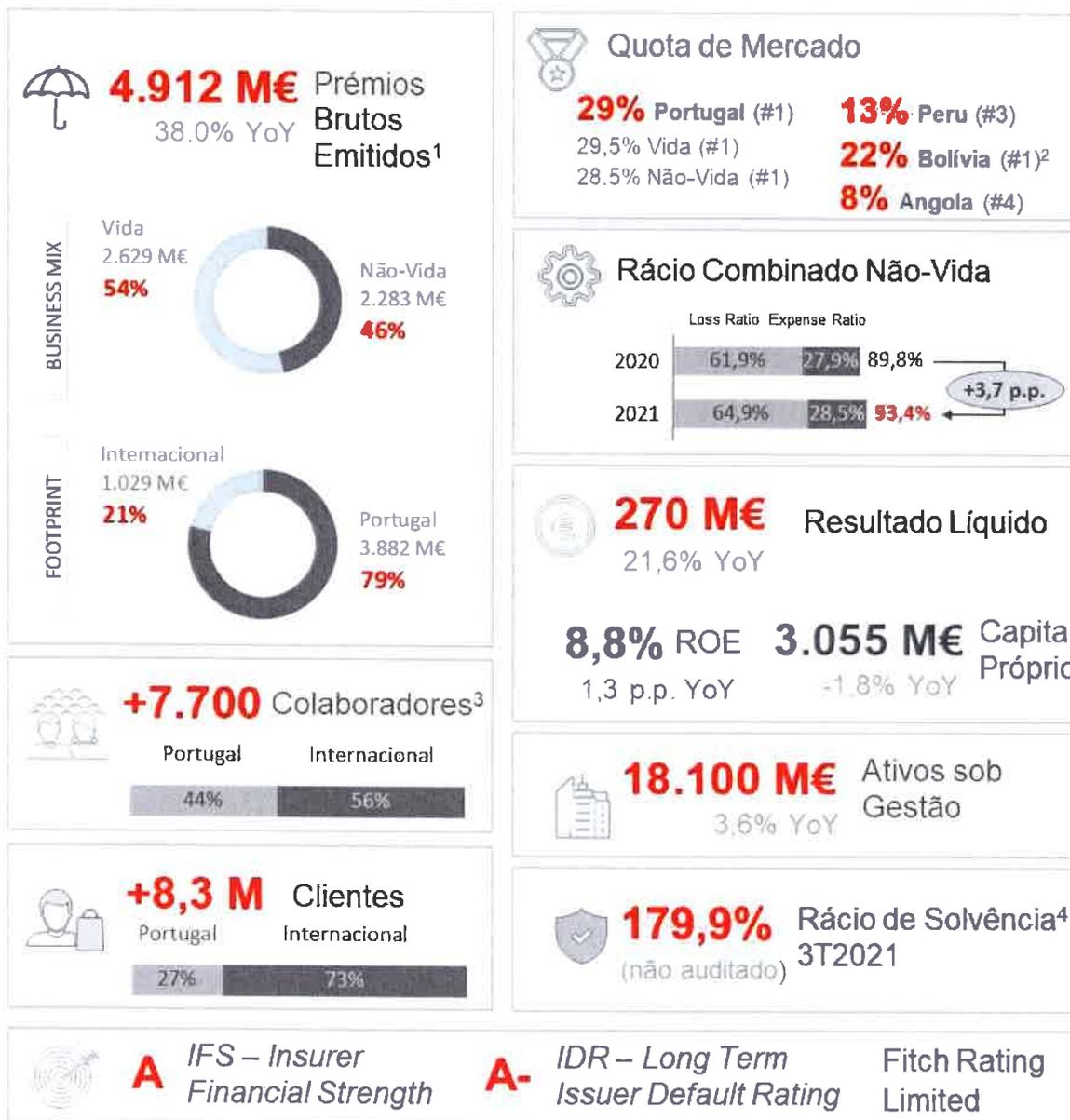


Jorge Magalhães Correia
Presidente do Conselho de Administração

2. QUEM SOMOS



2.1 Principais Indicadores



2.2 Modelo de Criação de Valor

O Modelo de Negócio do Grupo Fidelidade emerge da nossa missão e dos nossos valores, e é suportado pela estratégia e modelo de governo. Tem como objetivo primordial a criação de valor para os nossos clientes, colaboradores, parceiros, acionistas e para a sociedade. A atividade do Grupo Fidelidade centra-se nos seus clientes, garantindo a sua proteção e satisfação.



¹ Exclui colaboradores da Luz Saúde, ² Numero pessoas que desenvolveram atividades de I&D no Grupo Fidelidade Portugal em 2021, excluindo Luz Saúde (Fonte: IPCTN19)

2.3 Missão e Valores

O Grupo Fidelidade tem como missão apoiar o desenvolvimento e a construção de uma sociedade sustentável. Compromete-se a educar, servir, acompanhar e cuidar das pessoas, ao longo das suas Vidas, com produtos e serviços inovadores que efetivamente as protejam.

Desde a nossa origem que somos uma empresa humana feita de pessoas que pensam nas pessoas. Somos verdadeiros em tudo o que dizemos e fazemos. As pessoas sabem que podem confiar em nós. Este é o compromisso que alimenta a estabilidade das relações com todos os que são Fidelidade – clientes, colaboradores, parceiros, acionistas e a própria sociedade. E é por isto que trabalhamos todos os dias, dando sentido ao nosso propósito, para que a Vida não pare!

É ao partilhar os nossos valores que somos Fidelidade!

BE PROUD OF OUR PAST, INSPIRE OUR FUTURE

Somos Fidelidade sempre que reinventamos o passado com o futuro. A nossa história orgulha-nos, desafia-nos, dá-nos força, responsabilidade e inspiração para reinventar o futuro. Honramos a nossa História partilhando o conhecimento.

BE INNOVATIVE, CHASE THE PROGRESS

Somos Fidelidade sempre que impulsionamos a mudança. Acreditamos que é sempre possível encontrar melhores soluções para proteger a Vida e Património dos nossos clientes. É este espírito que nos impulsiona a mudar e a reinventar o que fazemos.

BE OUTSTANDING, OVERCOME YOUR LIMITS

Somos Fidelidade sempre que nos superamos. Queremos fazer sempre mais e tentamos ir sempre mais além em tudo o que fazemos. Ousamos sonhar e superamo-nos para continuar a transformar a sociedade.

BE PEOPLE DRIVEN, BE THERE

Somos Fidelidade sempre que estamos próximos. O Grupo Fidelidade é feito de pessoas que contribuem para proteger e cuidar de pessoas. Somos confiáveis, honrando os nossos compromissos. As pessoas sabem que podem contar com a nossa competência. Porque cada história é parte da nossa história.

*Ser Fidelidade é estar no mundo de uma forma especial.
É saber estar mais próximo, impulsionar a mudança.
É reinventar o futuro com orgulho no nosso passado.
É superar os desafios e limites para chegar cada dia mais longe.*

2.4 A nossa História

Dois séculos de história contribuíram para a atual credibilidade, dimensão e solidez da Fidelidade.

Com raízes que remontam ao ano de 1808, aquando da criação da seguradora Bonança, a Fidelidade resultou da fusão dos dois maiores operadores do mercado português: a Fidelidade Mundial e a Império Bonança, após aquisição desta última pelo grupo Caixa Geral de Depósitos (“CGD”) em 2005.

Os anos seguintes foram marcados por uma progressiva integração das duas companhias, concretizando-se a respetiva fusão em 2012 e o lançamento da marca única Fidelidade em 2013. Em 2014, a Fidelidade foi privatizada, tendo o Grupo Fosun adquirido a maioria do seu capital, iniciando-se, então, uma nova etapa marcada pela consolidação da liderança em Portugal e pela expansão internacional.

UMA HISTÓRIA QUE NÃO PARA

1800



1808: Criação da Bonança

1816: Bonança adota âncora como seu primeiro símbolo

1835: Criação da Fidelidade

1845: Fidelidade pioneira em seguros de Vida



1900



1910: Mundial pioneira em seguros de Trabalho

1945: Império inova com o Seguro Popular de Vida

1975: Nacionalização do setor de Seguros em Portugal

1978: Criação da Mundial Confiança E.P.

1979: Constituição do Grupo Segurador Fidelidade E.P.

1980: Fusão da Bonança com Comércio e Indústria, União Ultramarina

1990: Reprivatização da Bonança

1992: Reprivatização da Império e da Mundial Confiança

1995: CGD detém todo o capital social da Fidelidade

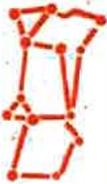
1997: Mundial Confiança lança seguros de saúde Multicare

1999: Rebranding da Fidelidade

2000



1



2001: Criação da Império Bonança S.A.

2002: Fusão da Fidelidade e Mundial Confiança

2004: Lançamento da marca única Fidelidade Mundial

2005: Multicare líder em seguros de saúde

2006: Fidelidade mundial líder de mercado

2007: Aquisição da Companhia Portuguesa de Resseguros (CPR)

2008: Leve PPR líder na poupança para a reforma

2011: Início da atividade da Universal Seguros

2012: Fusão da Império Bonança e Fidelidade Mundial e constituição da Fidelidade Cª Seg.

2013: Lançamento da marca única Fidelidade

FOSUN 复星



2022

2014: Aquisição da Garantia (Cabo Verde) pela Fidelidade, aquisição de participação de 85% da Fidelidade pela Fosun, início de atividade da Fidelidade Moçambique e aquisição da ES Saúde (Luz Saude) pela Fidelidade

2017: Rebrand da Universal Seguros para Fidelidade Angola

2019: Aquisição de participação maioritária no grupo peruano La Positiva

2020: Início da operação da Fid Chile e aquisição da Tenax, empresa de Gestão de Ativos (UK)

2021: Aquisição de 70% da Ímpar e acordo para aquisição de 70% da Insurtech Prosperity Group AG

**E CONTINUA
CONSIGO**

2.5 Estrutura Acionista e Societária

ESTRUTURA ACIONISTA

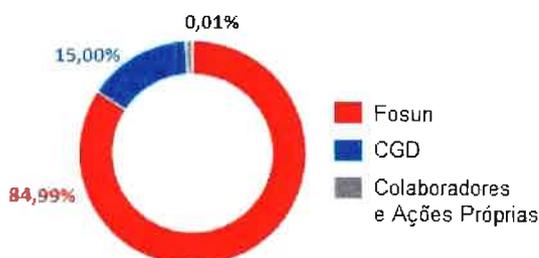
A Fidelidade - Companhia de Seguros, S.A. é a sociedade que encabeça o Grupo Fidelidade. É detida em 84,99% pelo Grupo Fosun, através da Longrun Portugal, SGPS, S.A., e em 15,00% pela Caixa Geral de Depósitos, S.A.

O **Grupo Fosun** é um dos maiores conglomerados privados chineses com presença internacional e cotado (Fosun International Limited) na bolsa de Hong Kong (00656.HK). Possui participações em diversos setores como seguros, banca, indústria farmacêutica e turismo.

A **CGD** é um banco detido pelo Estado português. Constituído em 1876, é atualmente uma das maiores instituições financeiras em Portugal, contando com cerca de 4 milhões de clientes e marcando presença em cerca de 20 países.

Estes dois acionistas de referência, pela sua complementaridade e ambição, são garante de estabilidade e dinamização das operações do Grupo Fidelidade.

Estrutura Acionista



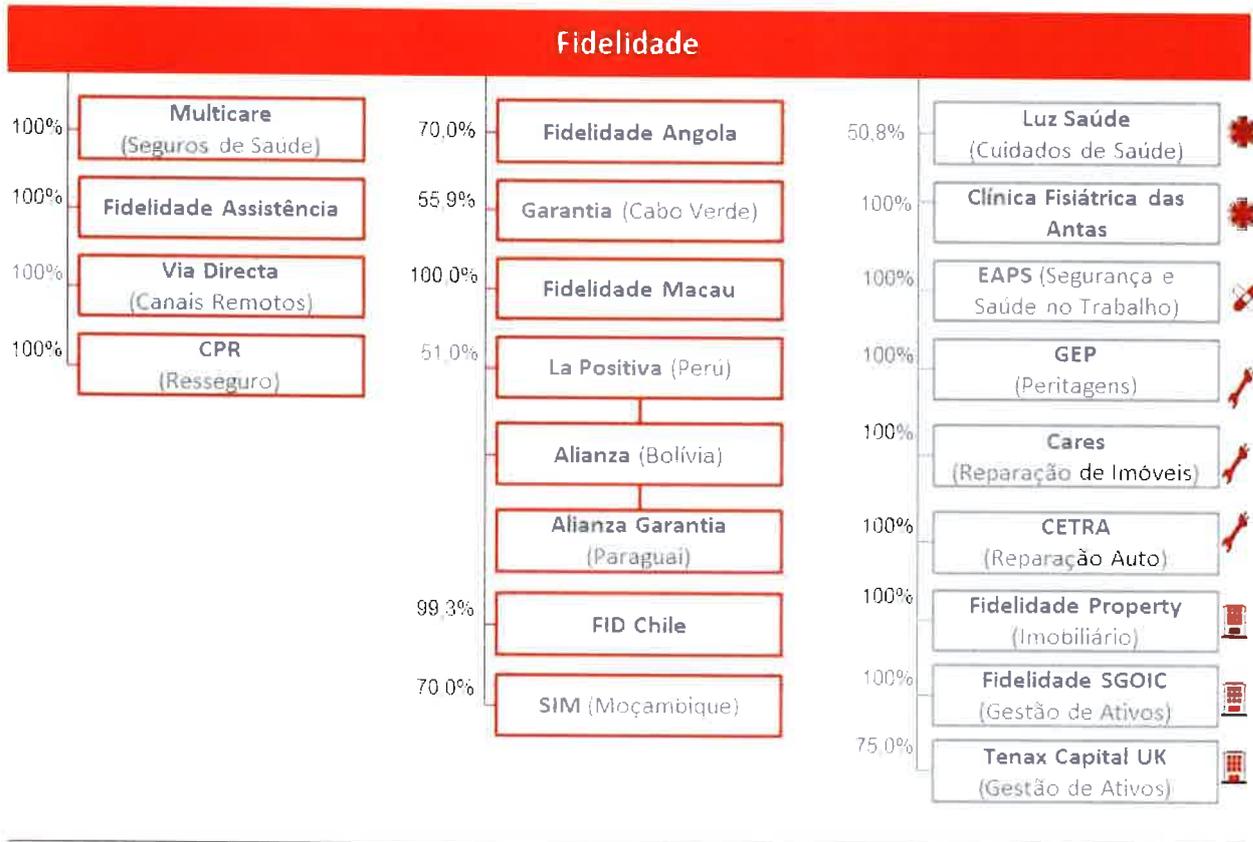
EMPRESAS DO GRUPO

O Grupo Fidelidade opera no mercado nacional de seguros através de cinco companhias: a Fidelidade, Multicare, Fidelidade Assistência, Via Directa e Companhia Portuguesa de Resseguro. No mercado internacional atua através de sucursais - em Espanha, França, Luxemburgo e Moçambique - e através de empresas subsidiárias - Fidelidade Angola, Garantia Cabo Verde, Fidelidade Macau, La Positiva (Perú), Alianza (Bolívia), Alianza Garantia (Paraguai) e Fid Chile. Por outro lado, o Grupo Fidelidade detém subsidiárias e participações estratégicas em empresas de prestação de serviços complementares aos seguros (e.g.: Grupo Luz Saúde, CETRA, EAPS, Fidelidade Property, Tenax, etc.), que se enquadram na estratégia de garantir a excelência operacional e a qualidade do serviço prestado ao longo da cadeia de valor, permitindo posicionar o Grupo Fidelidade como um grupo de prestação de serviços globais associados à proteção das pessoas.

Handwritten signature or initials in the bottom right corner.

As principais empresas que constituem o Grupo Fidelidade são as seguintes:

Organograma Simplificado



Companhias de Seguros Empresas de Serviços Complementares



Fidelidade - Companhia de Seguros, S.A., é a sociedade que encabeça o Grupo Fidelidade e a empresa líder do mercado de seguros português, disponibilizando uma vasta gama de produtos nos ramos Não-Vida e Vida, contando, como acima já se referiu, com operações em diversas geografias.



A Multicare – Seguros de Saúde, S.A., é a seguradora do grupo vocacionada para os seguros de doença, gerindo a marca líder do ramo saúde em Portugal, com mais de um milhão de clientes. Dispõe da maior rede privada de prestadores de saúde em Portugal (com cerca de 5 mil prestadores de cuidados de saúde) e de uma rede com mais de 700 prestadores de referência em Moçambique, Angola, Cabo Verde, entre outros países.



A Fidelidade Assistência – Companhia de Seguros, S.A., é uma seguradora especializada em seguros de Assistência e de Proteção Jurídica. Atuando essencialmente como resseguradora, é líder de mercado em Portugal. Dá suporte aos seus Clientes, à escala global, através da sua rede de representantes, e da rede APRIL internacional de que faz parte.



A Via Directa – Companhia de Seguros S.A., é a seguradora do Grupo vocacionada para a comercialização de seguros através de canais remotos (telefone e internet), operando através de várias marcas, entre elas a OK!Teleseguros. É pioneira na venda de seguros online em Portugal e líder no segmento das seguradoras diretas.

	<p>A Companhia Portuguesa de Resseguros, S.A., atua no resseguro dos ramos Não-Vida em Portugal, subscrevendo essencialmente riscos ao abrigo dos Tratados não Proporcionais com a Fidelidade.</p>
	<p>A Fidelidade Angola – Companhia de Seguros, S.A. (anterior Universal Seguros, S.A.), constituída em 2012, é atualmente a terceira maior seguradora de Angola em volume de negócios e a maior seguradora de capital privado. Atua nos ramos Não-Vida e Vida, disponibilizando uma gama diversificada de produtos, em particular no segmento Empresas.</p>
	<p>A Fidelidade está presente em Macau desde 1999, devidamente autorizada a exercer a atividade de seguros, servindo a população local com uma oferta diversificada de soluções de proteção de clientes particulares e empresas. Inicialmente através de sucursais e posteriormente através das empresas de direito local Fidelidade Macau – Companhia de Seguros, S.A. (constituída em 2015), e da Fidelidade Macau Vida – Companhia de Seguros, S.A. (constituída em 2020). Estas empresas comercializam seguros Não-Vida e Vida, respetivamente, através de uma rede de mediação e do Banco Nacional Ultramarino (“BNU”), entidade com quem existe um acordo <i>Bancassurance</i>.</p>
	<p>A Garantia - Companhia de Seguros de Cabo Verde, S.A., que comemora o seu 30º Aniversário, é a seguradora líder no mercado cabo-verdiano, atuando nos ramos Vida e Não-Vida com uma diversificada gama de produtos, incluindo seguros de saúde (pioneira no mercado). Distribui os seus seguros através de agências e do canal bancário, tendo, para o efeito, celebrado um acordo de <i>Bancassurance</i> com o Banco Comercial do Atlântico, seu acionista e detentor de 25% do capital social.</p>
	<p>Fundada em 1937, La Positiva Seguros y Reaseguros, S.A.A., encabeça o grupo segurador que, no mercado peruano, ocupa a 3.ª posição. Dispõe de uma ampla gama de produtos dos ramos Não-Vida e do ramo Vida, contando com quase 4 milhões de clientes e uma extensa rede de distribuição naquele país. O Grupo La Positiva está também presente na Bolívia e Paraguai, através da sua participação nas companhias Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros S.A. E.M.A. e a Alianza Vida Seguros y Reaseguros, S.A. As sociedades La Positiva Seguros y Reaseguros, S.A.A. (Não-Vida) e a sua participada La Positiva Vida Seguros y Reaseguros, S.A. (Vida) são empresas cotadas na bolsa de Lima (POSITIC1; POSITVC1).</p>
	<p>A Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros S.A foi fundada em 1991 e encabeça o maior grupo segurador de capital privado na Bolívia, comercializando seguros Não-Vida e Vida. Opera através da Alianza Vida Seguros y Reaseguros S.A., que também detém a liderança de mercado das seguradoras de capital privado, contando com cerca de 650 mil clientes. Ambas as empresas estão cotadas na Bolsa Bolivariana de Valores.</p>
	<p>A Alianza Garantia S.A. é uma seguradora que opera nos ramos Não-Vida e Vida no Paraguai desde 1972. Esta sociedade é uma subsidiária da Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros S.A (Bolívia), que entrou no seu capital em 2014. Atualmente ocupa o 9.º lugar no <i>ranking</i> das seguradoras Não-Vida no Paraguai.</p>
	<p>Seguradora Internacional de Moçambique, S.A. é uma das maiores e mais experientes companhias de seguros a operar neste país com uma oferta diversificada de produtos dos ramos Vida e Não-Vida. Está presente em todo território nacional através de uma rede de balcões própria nas capitais provinciais e através do acesso exclusivo à rede do Millennium Bim, um dos maiores e mais prestigiados bancos a operar em Moçambique.</p>
	<p>FID Chile Seguros Generales. S.A. é empresa de seguros dos ramos Não-Vida que iniciou a sua operação em janeiro de 2020, após ter obtido a autorização do regulador chileno no último trimestre de 2019. A FID Chile desenvolveu uma gama de produtos Não-Vida dirigida a clientes individuais e empresariais, que distribui através de <i>brokers</i> e de outros canais não tradicionais.</p>



LUZ SAÚDE

A Luz Saúde, S.A. é a cabeça do grupo Luz Saúde que lidera o mercado de prestação de cuidados de saúde privados em Portugal, gerindo quinze hospitais privados, um hospital público, através de uma parceria público-privada, onze clínicas privadas em regime de ambulatório e duas residências sénior. Em 2020 contou com 1.700 camas, tendo realizado mais de 1,9 milhões de consultas externas, 420 mil atendimentos de urgência e 68 mil cirurgias e partos.



A Safemode é a marca sob a qual a EAPS – Empresa de Análise, Prevenção e Segurança, S.A. desenvolve e presta serviços de análise de risco e de segurança e saúde no trabalho, que inclui, entre outros, medicina do trabalho.



A GEP – Gestão de Peritagens, S.A. é a empresa responsável pelas peritagens e averiguações das seguradoras do Grupo Fidelidade, com presença em Portugal, Angola e Cabo Verde.



A CETRA – Centro Técnico de Reparação Automóvel, S.A. é a empresa do Grupo Fidelidade que, operando sob a marca Fidelidade Car Service, está vocacionada para a prestação de serviços de reparação automóvel.



As empresas Fidelidade - Property Europe, S.A. e Fidelidade - Property International, S.A. são responsáveis pela gestão dos investimentos imobiliários do Grupo Fidelidade na União Europeia e no resto do mundo.

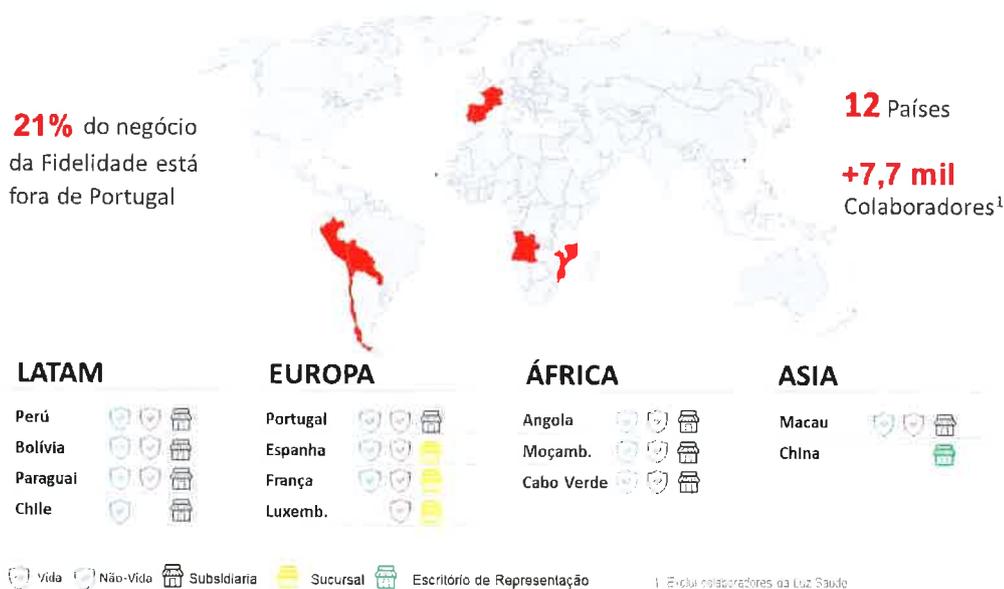


A Fidelidade – Sociedade Gestora de Organismos de Investimento Coletivo, S.A. foi constituída em 2018, tendo por objetivo gerir fundos de investimento imobiliários nos mercados do sul da Europa.



Tenax Capital Limited é uma empresa de gestão de ativos, sediada em Londres, especializada na gestão de fundos direcionados para seguradoras e bancos privados, centrada na construção de produtos com baixo peso de capital nestas instituições financeiras. Atualmente, a empresa conta com cerca de 800 milhões de euros em ativos sob gestão em diversos fundos de ações, obrigações e investimentos alternativos.

2.6 A nossa presença no Mundo



Para além da operação em Portugal, a área seguradora do Grupo Fidelidade tem no negócio internacional uma importante via para o crescimento sustentado e prossecução dos seus objetivos de médio e longo prazo, encontrando-se atualmente presente em quatro continentes e doze Países.

A aposta na internacionalização representa para a Fidelidade uma prioridade estratégica de diversificação de negócio, de criação de sinergias e de transferência de inovação entre empresas e, sobretudo, entre mercados. O Grupo tem igualmente um compromisso com o desenvolvimento dos mercados em que decide operar, seja no desenvolvimento das pessoas, na criação de infraestruturas ou na disponibilização de serviços e soluções à população, sempre consciente da importância de garantir a sustentabilidade financeira e operacional de cada operação.

FASE INICIAL DE EXPANSÃO INTERNACIONAL

Numa fase inicial, o processo de internacionalização da Fidelidade visou mercados com os quais Portugal tinha afinidades económicas, culturais e linguísticas. Posteriormente, o Grupo Fidelidade passou a analisar oportunidades de investimento em mercados selecionados de maior atratividade, isto é, países com potencial de crescimento significativo no mercado segurador, e em que o Grupo considera que pode aportar valor, através da sua experiência e conhecimento.

ENTRADA NA AMÉRICA LATINA

O ano 2019 foi um momento de viragem na estratégia de internacionalização da Fidelidade até aí centrada nos mercados de língua portuguesa, quando o Grupo passou a estar presente na América do Sul. Adquiriu uma participação maioritária no Grupo segurador *La Positiva*, empresa de referência no mercado peruano, criou uma nova seguradora no Chile e passou a ter acesso ao mercado da Bolívia e do Paraguai.

Atualmente, com a integração destas empresas no Grupo Fidelidade, a língua espanhola passou a ter um peso semelhante ao da língua portuguesa, tanto no universo dos colaboradores, como dos clientes.

2.7 Órgãos Sociais e Governo da Sociedade

ÓRGÃOS SOCIAIS

Os membros dos órgãos sociais da Fidelidade - Companhia de Seguros, S.A., a 31 de dezembro de 2021 são os seguintes:

Conselho de Administração

Presidente

Jorge Manuel Baptista Magalhães Correia

Vice-Presidente

José Manuel Álvarez Quintero

Vogais

Lingjiang Xu

José João Guilherme

Francisco Ravara Cary

António Manuel Marques de Sousa Noronha

Rogério Miguel Antunes Campos Henriques

Wai Lam William Mak

André Simões Cardoso

Tao Li

Hui Chen

Carlos António Torroaes Albuquerque

Andrew John Zeissink

Yulong Peng

Juan Ignacio Arsuaga Serrats

Comissão Executiva

Presidente

Rogério Miguel Antunes Campos Henriques

Vogais

António Manuel Marques de Sousa Noronha

Juan Ignacio Arsuaga Serrats

André Simões Cardoso

Wai Lam William Mak

Hui Chen

Mesa da Assembleia Geral

Presidente

Nuno Azevedo Neves

Secretário

Nuno Ricardo Santos Jorge Pena

Conselho Fiscal

Presidente

Vasco Jorge Valdez Ferreira Matias

Vogais

João Filipe Gonçalves Pinto

Pedro Antunes de Almeida

Suplente

Anabela de Jesus Nunes Prates

Sociedade de Revisores Oficiais de Contas

Ernst & Young Audit & Associados - SROC, S.A.,
representada por Ricardo Nuno Lopes Pinto, ROC

COMISSÃO EXECUTIVA

**ROGÉRIO CAMPOS HENRIQUES** | Presidente da Comissão Executiva (CEO)

Rogério Campos Henriques é formado em Economia pela Universidade Católica Portuguesa e possui um MBA pelo INSEAD. Trabalhou na Boston Consulting Group (1994-2002) e mais tarde no Grupo Portugal Telecom (2003-2008), onde foi diretor de Marketing na PT Investimentos Internacionais e na Africatel Holdings BV. Integrou a Fidelidade em 2008 como responsável da área de Sistemas de Informação e Administrador da Multicare. Atualmente, para além de Vogal do Conselho de Administração, é Presidente da Comissão Executiva da Fidelidade e responsável pelas áreas de Pessoas e Organização, Sistemas de Informação, Marketing, Advanced Analytics, Center for Transformation e pela linha de negócio de seguros de Saúde - Multicare.

**ANTÓNIO DE SOUSA NORONHA** | Responsável pelas áreas Comerciais e Negócio Vida

António de Sousa Noronha tem mais de 20 anos de experiência no setor segurador, sendo licenciado em Organização e Gestão de Empresas pela Universidade Livre de Lisboa, com uma pós-graduação em Gestão pela Universidade Nova de Lisboa. Ocupou cargos diversos em empresas como o Chase Manhattan Bank e PWC, e foi Membro do Conselho de Administração do Fundo de Investimentos Grupo Totta/Valores Ibéricos e do Fundo de Pensões Totta Pensões. Integrou a Fidelidade em 1997 como responsável da área comercial. Atualmente, para além de Vogal do Conselho de Administração, é Vogal da Comissão Executiva com a responsabilidade pela área de negócio Vida e pelas áreas comerciais.

**JUAN ARSUAGA SERRATS** | Responsável pelas áreas de Subscrição e Operações, e do Negócio Não-Vida

Juan Arsuaga, tem cerca de 25 anos de experiência profissional na área seguradora, sendo licenciado em Economia e Gestão de Empresas pela Universidade Complutense de Madrid. Exerceu nos últimos anos cargos diversos em Espanha e Portugal na Lloyd's, e anteriormente, o cargo de Presidente e CEO da filial portuguesa da Willis. Juan Arsuaga integrou a Fidelidade em julho de 2020 como Vogal do Conselho de Administração e como Vogal da Comissão Executiva com a responsabilidade pelas áreas de subscrição, sinistros e resseguro das várias linhas de negócio Não-Vida, com exceção da área de saúde.

**ANDRÉ SIMÕES CARDOSO** | Responsável pelas Operações Internacionais, Estratégia e Desenvolvimento de Negócio

O André Cardoso é membro da Comissão Executiva da Fidelidade desde 2017, onde para além do Planeamento e Desenvolvimento de Negócio acumula o acompanhamento das Operações Internacionais. Está na Fidelidade desde 2014, sendo que atualmente ocupa cargos de Administração em diversas subsidiárias da Fidelidade no estrangeiro, incluindo em África, na Ásia e na América Latina.

Anteriormente à sua chegada à Fidelidade, o André trabalhou na The Boston Consulting Group, empresa onde participou e geriu projetos sobretudo na área financeira em Portugal, Espanha, França, Itália, Reino-Unido e Angola. O André concluiu o Mestrado em Engenharia e Gestão Industrial no Instituto Superior Técnico em 2007, tendo posteriormente realizado um MBA no INSEAD em 2012.

**WILLIAM MAK** | Responsável pela área de gestão de Investimentos

William Mak tem um mestrado em Contabilidade Profissional pela Universidade Politécnica de Hong Kong e possui mais de 25 anos de experiência no setor da banca e seguros. Ocupou o cargo de Administrador da área de TI na Sun Life Financial Ltd. em Hong Kong (2001 a 2003) e foi consultor na New York Life International LLC (2003 a 2005), responsável pela gestão de projetos nas áreas de finanças, resseguro e atuariado. Entre 2005 e 2014, foi Administrador Financeiro na Ping An Insurance (Group) Company of China, Ltd. e na Ping An Life Company Ltd. Integrou a Fidelidade em 2014 como Vogal do Conselho de Administração e da Comissão Executiva, cargos que mantém com o pelouro da gestão de investimentos.

**THOMAS CHEN (Hui Chen)** | Responsável pela gestão do Risco e Contabilidade

Thomas Chen, tem cerca de 16 anos de experiência profissional, sobretudo na área da banca e seguros, tendo exercido funções de CFO e administrador executivo da seguradora belga FIDEA, até setembro de 2019, data em que foi nomeado assessor do Conselho de Administração da Fidelidade. Atualmente, para além Vogal do Conselho de Administração, é também Vogal da Comissão Executiva com a responsabilidade pela área de contabilidade e pela área de gestão de risco.

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters.

2.8 Destaques de 2021

TEMAS CORPORATIVOS

Ratings	Grupo Fidelidade: A agência americana de notação financeira Fitch atribui à Fidelidade o <i>Rating</i> A- stable (IDR) e A stable (IFS), notação das mais elevadas no panorama empresarial nacional, que expressa a forte capacidade da Fidelidade para honrar os seus compromissos financeiros.
	FID Chile: É atribuído pela Feller Rate o <i>Rating</i> A+ com perspetiva estável, contribuindo para o processo de consolidação da FID Seguros no mercado de seguros chileno.
	Fidelidade Macau — É atribuído o <i>Rating</i> 3 pela Moody's Investors Service na área dos Seguros (IFSR - <i>Insurance Financial Strength Rating</i>).
	La Positiva — É atribuído o <i>Rating</i> A com perspetiva estável à La Positiva Generales e à La Positiva Vida pela Moodys e pela Pacific Credit Rating.
M&A	Acordo para aquisição da The Prosperity Company (“TPC”) — A Fidelidade chega a acordo com os acionistas maioritários e com a equipa de gestão da TPC para a compra de 70% do capital da empresa que encabeça o Grupo TPC. A TPC tem como principal atividade o desenvolvimento de produtos de poupança de longo prazo, assentes em soluções tecnológicas inovadoras. A conclusão desta transação ficou sujeita à necessária aprovação/não oposição por parte das autoridades de supervisão relevantes, aguardada no início de 2022.
	Aquisição da Seguradora Internacional Moçambique — A Fidelidade conclui a aquisição de 70% do capital da Seguradora Internacional Moçambique, S.A. (“SIM”), que opera sob a marca Ímpar, ao Banco Internacional de Moçambique (“BIM”), parte do Grupo BCP. No âmbito da transação está incluído um acordo de distribuição, em regime de exclusividade, de longo prazo, no qual o BIM distribui os seguros da SIM através do canal bancário, assegurando-se diferentes canais e parcerias na distribuição de seguros.
Mercado de capitais	A Fidelidade emitiu 500 milhões de euros em dívida Tier II a 10 anos, com taxa de juro de 4,25%. Esta emissão foi subscrita por um alargado painel de investidores institucionais, maioritariamente europeus e americanos, reforçando os rácios de solvência da seguradora em cerca de 25 p.p., permitindo, deste modo, a otimização da estrutura de capital da companhia. A procura superou mais de duas vezes o montante emitido e a taxa de juro baixou face ao valor de referência proposto, possibilitando à Fidelidade optar por alargar o montante de emissão para 500 milhões de euros face à proposta inicial de 300 milhões de euros.

OFERTA PORTUGAL

SAÚDE

Avaliador de Sintomas	Em plena terceira vaga da pandemia por COVID-19, a Multicare disponibiliza, a todos os cidadãos residentes em Portugal, de forma gratuita e dispensando registo ou identificação, o seu Avaliador de Sintomas. Consiste numa ferramenta de inteligência artificial da plataforma de telemedicina da Multicare, que identifica as mais prováveis patologias associadas a sintomas de saúde (incluindo a COVID-19) e indica o tipo de acompanhamento clínico necessário.
Medicina online	A Multicare disponibiliza o Programa de Cessação Tabágica a todos os clientes com seguros <i>standard</i> .
	Para melhorar a experiência dos clientes, é lançada a app MyMulticare que permite aceder aos serviços da Medicina Online (vídeo-consultas, teleconsultas e avaliador de sintomas), gerir o seguro, pesquisar prestadores que integram a Rede Multicare e marcar consultas nas unidades do Grupo Luz Saúde.
	A consulta de Psicologia disponibilizada pela Medicina Online é complementada com outros serviços de saúde mental, assegurados por psicólogos e sem custos adicionais para os clientes: Programa Dormir Melhor, Consulta de Parentalidade e Programa de Gestão de <i>Stress</i> e Ansiedade.
	A proposta de valor da plataforma de telemedicina Medicina Online é reforçada com o lançamento das especialidades de Ortopedia e Urologia.

	A Alianza Bolívia incorpora, de forma pioneira, no mercado segurador boliviano, o modelo de medicina online <i>Mi Empresa Segura</i> .
Check-up	<p>Check-up Pós-COVID-19 — A Multicare disponibiliza aos clientes com cobertura de Medicina Preventiva que diagnosticados com COVID-19, a possibilidade de realizarem gratuitamente um <i>check-up</i> de seguimento pós-COVID-19 nas principais unidades do Grupo Luz Saúde. Com versão pediátrica e para adultos, este <i>check-up</i> permite identificar sequelas de forma precoce e, quando possível, potenciar a recuperação.</p> <p><i>Check-up</i> nas farmácias — Através de uma parceria com a Associação Nacional de Farmácias (“ANF”), a Multicare possibilita aos seus clientes com cobertura de Medicina Preventiva realizar os <i>check-ups</i> de parâmetros clínicos e biométricos em farmácias de todo o país, que integrem a rede de prestadores de medicina preventiva da seguradora. Pelo facto de as farmácias serem locais de cuidados de saúde presenciais de proximidade, esta parceria permite à Multicare reforçar a sua proposta de valor na área da prevenção.</p>
Saúde Mental	Multicare introduz a cobertura inovadora de Saúde Mental nos seguros de saúde <i>standard</i> com capital em ambulatório, incluindo a prevenção e o tratamento de doenças de foro psiquiátrico. Esta cobertura garante consultas de Psiquiatria e Psicologia, sessões de Psicoterapia e internamento psiquiátrico.

INVESTIMENTO, POUPANÇA E VIDA

Portfólio imobiliário	<p>Aquisição do portfólio de ativos <i>Logistics</i> no Japão.</p> <p>Venda do fundo <i>Saudeinveste</i>.</p>
Transição para oferta não-garantida em Vida Financeiro	A transição para uma oferta focada em produtos seguros, mas não-garantida em Vida Financeiro com resultados muito positivos em 2021, com mais produtos, maior esforço comercial e maior proximidade e apoio à rede. Os prémios vida financeiro não-garantidos atingiram assim 1.272 milhões de euros em 2021, um aumento significativo face a 2020 (384 milhões de euros).
Investimento Portugal 2021	É lançada a 4.ª e 5.ª série deste produto financeiro a prémio único, baseado em títulos de rendimento de emittentes portugueses.
Investimento Global	<p>Inicia-se a comercialização da 2.ª série de Investimento Global com um prazo de 8 anos e uma nova linha de séries de produtos financeiros a prémio único</p> <p>É lançada a 3.ª série de Investimento Global com um prazo de 5 anos.</p>
PPR	<p>Inicia-se a comercialização da 1.ª série e posterior 2.ª série do PPR 52+, que consiste num PPR a prémio único, cujo rendimento está indexado ao índice PPR 52+, que reflete o desempenho de um cabaz de ativos de Índices Globais de Ações, Dívida Pública Alemã e dos EUA e Ouro.</p> <p>Inicia-se a comercialização do PPR 40+ ESG, o primeiro PPR ESG (<i>Environmental, Social and Governance</i>), a prémio único, indexado a um índice dedicado, que reflete o desempenho de um cabaz de Índices de Ações ESG equilibrado com Dívida Soberana Alemã e Francesa. Desta forma, o produto PPR 40+ ESG alia a poupança para a reforma com a promoção da sustentabilidade.</p> <p>No âmbito do PPR Evoluir, comercializado pela CGD, divulgamos a campanha de sensibilização <i>Preparar a Reforma com Vantagens</i>.</p>
Plano Proteção Vida	Reformulámos este produto através da inclusão de uma nova cobertura (subsídio de hospitalização), da revisão dos capitais de coberturas e da introdução de entregas extraordinários com máximo de 5 mil de euros por ano na componente de poupança.
Seguro Vida Essencial	Inicia-se a comercialização, no canal CGD, do produto de Vida Risco que garante um capital por morte, invalidez ou doença grave, um subsídio diário por internamento hospitalar em caso de incapacidade temporária, e cobertura de confirmação de diagnóstico, bem como acesso ao programa Vitality.
PVF	O produto inovador Proteção Vital Família (PVF) atingiu as 100 mil pessoas seguras.
Crédito Expresso	Inicia-se a comercialização dos seguros associados à nova oferta de Crédito Pessoal da CGD.
Plataforma Digital My Savings	A plataforma My Savings permite apresentar os objetivos de investimento com base na experiência centrada na rentabilidade, através de duas alternativas de risco e garantias e prazos pré-determinados.

Disponibiliza-se a funcionalidade de recomposição das opções de poupança/investimento do produto Fidelidade Savings. Os clientes passam a poder fazer a mudança do nível de risco dos investimentos consoante as suas expectativas.

OUTROS SEGMENTOS

Acidentes Pessoais Mobility e Sport	A Fidelidade Portugal lançou um novo produto para Acidentes Pessoais Mobility e Sport, direcionado para desportos, indoor e outdoor, pensado para garantir a proteção em deslocações e prática de desportos.
Fidelidade Multiriscos Empresa	Um novo produto lançado pela Fidelidade, que pretende responder às necessidades do mercado empresarial, direcionado para os pequenos negócios e para as pequenas e médias empresas, dispondo de coberturas específicas para cada setor de atividade.

OPERAÇÃO PORTUGAL

MyFidelidade	A digitalização dos nossos processos prossegue tendo atingindo o primeiro milhão de utilizadores registados no MyFidelidade, garantindo assim uma melhor experiência do cliente.
Insurope Network	A Fidelidade adere à Insurope Network, uma das maiores redes de companhias de seguros mundiais, que presta serviços de gestão integrada de programas <i>Employee Benefits</i> para empresas multinacionais, com especial atenção à Vida Risco.
Consolidação de sistemas de informação e processos	Fidelidade Angola consolida Plano 120 dias, com o objetivo de robustecer o controlo interno dos sistemas de informação e otimizar os principais processos, com destaque para as áreas de cobranças, resseguro, sinistros de saúde, financeira, planeamento e controlo, reconciliação e contas correntes.

ORGANIZAÇÃO E ENABLERS PORTUGAL

Reorganização da Estrutura Orgânica de Vida	Constitui-se a Direção Geral Negócio Vida, composta pela Direção Vida Financeiro, Direção Vida Risco, Gabinete de Apoio ao Negócio e pelo Gabinete de Informação de Gestão e Controlo.
Criação do Office for Business Agility	Foi criado o <i>Office for Business Agility</i> – um órgão da estrutura da Fidelidade – que tem como missão implementar uma perspetiva integrada da transformação no Grupo, apoiando no planeamento e desenvolvimento de projetos transformacionais com impacto em processos específicos do Grupo Fidelidade, seguindo uma metodologia Agile.

ATIVIDADE INTERNACIONAL

Prémios operação internacional	Em 2021, o Grupo Fidelidade ultrapassou pela primeira vez os mil milhões de euros de prémios fora de Portugal.
Agências de subscrição	Fidelidade Espanha inicia uma nova via de colaboração na distribuição a partir da venda de Seguros Vida Risco.
Visão Integrada de Cliente	A Fidelidade Moçambique é dotada de uma plataforma comercial que dispõe de numa ferramenta transversal com visão 360º do cliente.
Acordo distribuição Banco Itaú	FID Chile assina acordo com o Banco Itaú para iniciar a distribuição de um produto de seguro por morte accidental e saúde no canal Bancassurance.
Plataforma Comercialização Online	A primeira plataforma de comercialização do Seguro Obrigatório Responsabilidade Civil Automóvel totalmente online da Garantia vem inovar o mercado de seguros em Cabo Verde.

Reengenharia de Processos	A par da transformação digital em curso na Sucursal de França, teve lugar a reengenharia de processos visando a análise dos processos atuais e a introdução de melhorias para uma maior eficiência na gestão.
Motor Cars Northbound	A Fidelidade Macau lança o produto Seguro Automóvel na China Continental, no seguimento dos desenvolvimentos na relação de Macau com a Grande Baía.
Produto FID Teletrabalho	A FID Chile lança um produto inovador no mercado chileno, com coberturas de danos e acidentes para os teletrabalhadores.
Novo ecossistema Digital	Um novo produto Pets, lançado pela Fidelidade Espanha em plataforma inteiramente digital, é considerado caso de êxito, posicionando a empresa na vanguarda dos modelos de negócios baseados nas novas tecnologias.
Nova Oferta Saúde	Fidelidade Moçambique lança quatro novos produtos, nos quais estão incluídas, de forma transversal, as coberturas de COVID-19, HIV, hemodiálise, transplante de órgãos, vacinas, entre outras.

RECONHECIMENTOS E SOCIEDADE

Corrida Vitality	A Multicare organiza a Primeira Corrida Multicare Vitality para assinalar o Dia Mundial da Saúde Mental, recordando, assim, a importância do exercício físico para o bem-estar, os níveis de energia, a qualidade do sono e para a prevenção de doenças crónicas e doenças mentais. Este evento também cumpriu um objetivo solidário, ao reverter o valor angariado com as inscrições para a associação Manicómio, um espaço em Lisboa onde se cruzam a criação artística, a saúde mental e os direitos humanos.
25.º Aniversário	Celebra-se o aniversário da Safemode, assinalado com a apresentação de um novo design da marca. A Safemode opera como o centro de competências do Grupo Fidelidade para a análise, prevenção e gestão do risco associados aos produtos e ao desenvolvimento de ecossistemas.
Investimento na comunidade	Fidelidade: Lançamento da 4.ª edição do <i>Prémio Fidelidade Comunidade</i> , com formato bienal e duas fases distintas em maio e outubro, e uma dotação total de 750.000 euros para apoiar entidades do setor social nas áreas da Inclusão Social de Pessoas com Deficiência ou Incapacidade, envelhecimento e prevenção em Saúde. Garantia: Realiza-se a cerimónia da I Edição do <i>Prémio Garantia Comunidade</i> , que tem como missão desenvolver o setor social através do apoio a organizações que atuam nas áreas da Inclusão Social. Foi presidida pelo Primeiro-ministro do Governo da República de Cabo Verde com a participação do presidente da Fidelidade.
Prémios Global Business Outlook Awards	FID Chile Seguros é distinguida em duas categorias: a <i>Most Promising Insurance Start-up</i> e a <i>Fastest Growing SME Insurance Services Provider</i> .
Prémio International Finance Awards	FID Chile é reconhecida como <i>Best New General Insurance Company</i> com base no talento e capacidade de liderança.
Prémio Global Brand Magazine	La Positiva é classificada como <i>Best Brand 2021</i> na avaliação dos resultados obtidos nos dois últimos anos.
30.º Aniversário	Celebra-se o aniversário da seguradora Garantia sob o lema <i>30 ANOS A SER O ROSTO DE CABO VERDE</i> , simbolizando as várias facetas da Companhia: “O rosto da proteção”, “O rosto da saúde” e “O rosto da inovação”.

3. O NOSSO MODELO DE NEGÓCIO



3.1 A nossa Marca

PRINCIPAIS MARCAS SEGURADORAS EM PORTUGAL

O Grupo Fidelidade atua no mercado segurador nacional comercializando produtos de todos os ramos de seguros, no âmbito de uma estratégia multimarca e através de uma ampla e diversificada rede de distribuição. A oferta do Grupo Fidelidade chega assim aos seus clientes através de três marcas distintas, todas elas líderes no seu segmento de atuação:

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1888

Marca sob a qual são comercializados os Produtos Vida e Não-Vida (exceto seguros de saúde)
Marca de referência presente em todos os canais de distribuição

MULTICARE
FIDELIDADE

Marca sob a qual são comercializados os Seguros de Saúde com apoio de um conjunto de Prestadores de Cuidados de Saúde, e uma gama de soluções adequadas às necessidades dos clientes, através de Planos Individuais e de Grupo

OK! teleseguros

Marca através da qual são comercializados Produtos Não-Vida por recurso a canais remotos

REPUTAÇÃO DAS NOSSAS MARCAS

O foco na excelência operacional e na qualidade de serviço é, há muitos anos, uma prioridade para o Grupo Fidelidade, com forte impacto no nível da satisfação dos clientes. Como resultado deste esforço, o Grupo Fidelidade destaca-se por estas competências, que são perçcionadas e reconhecidas pelos clientes.

A Fidelidade orgulha-se de ter vindo a consolidar a sua posição de liderança como a melhor seguradora em Portugal e ter sido distinguida por diversas vezes como **marca de referência para os portugueses**, sendo a Companhia de Seguros mais premiada de Portugal.

Estes resultados devem-se a um trabalho contínuo. São consequência dos produtos e coberturas inovadoras que o Grupo Fidelidade desenvolve a pensar nas necessidades reais das pessoas e ao empenho em servir de forma exemplar e acompanhar de perto os clientes quando estes mais precisam.



Markets Reputation Index'21

A Fidelidade e a Multicare, foram, mais uma vez, eleitas a Escolha do Consumidor nas categorias de Seguros e Sistemas de Saúde



Escolha de Excellentia 2021

A Fidelidade foi reconhecida como *Escolha do Consumidor Excellentia 2021*, que distingue a empresa que adota as melhores práticas organizacionais orientadas para o cliente (Customer Centric)

Handwritten signature/initials.



Marktest 2021

A Fidelidade e a Multicare foram novamente distinguidas pela Marktest Reputation Index, como as seguradoras mais reputadas em Portugal, nas categorias de Companhias Seguradoras e Seguros de Saúde



Superbrands 2021

A Fidelidade e a Multicare foram destacadas como marcas *Top of Mind de excelência*, que lista as marcas identificadas de forma espontânea pelos consumidores



Marca de Confiança 2021

Fidelidade é distinguida pela 20ª vez consecutiva com o Prémio Marca de Confiança



Prémio Cinco Estrelas 2021

OK! teleseguros distinguida pelo 4.º ano consecutivo, na categoria Seguros Diretos

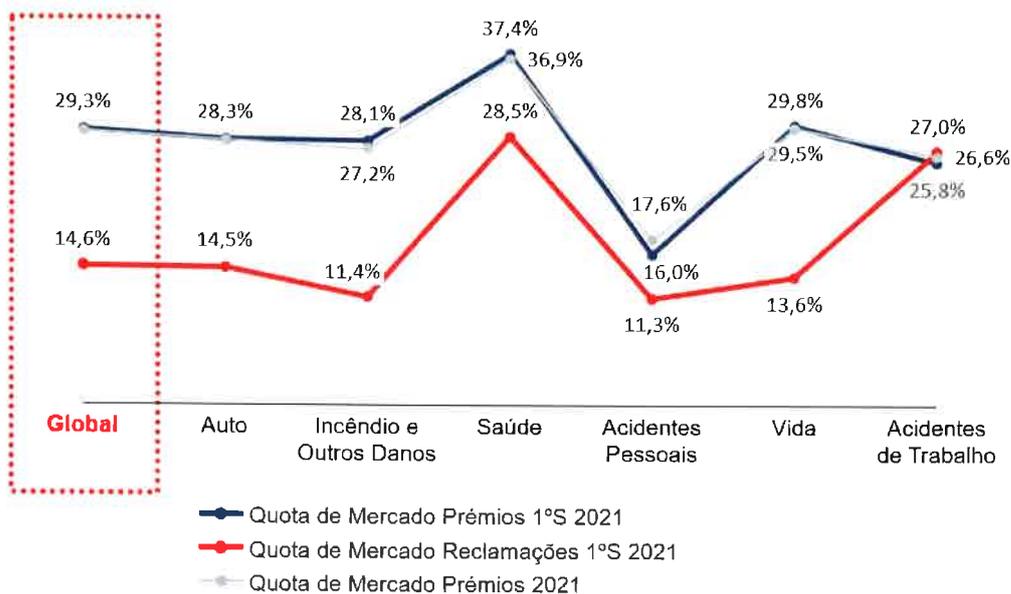
No mercado internacional, a Alianza na Bolívia recebeu o prémio de “Mejor Empresa de Seguros Generales” na 25.ª edição dos Prémios Maya Bolívia, destacando o esforço e contribuição para o desenvolvimento económico do país.

O foco no cliente e a prestação de um serviço de qualidade faz com que o Grupo Fidelidade seja um dos operadores com menor nível de reclamações apresentadas perante a Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (“ASF”), em Portugal.

Durante o primeiro semestre de 2021, o número de reclamações relativas à Fidelidade em percentagem do número total de reclamações registadas pela ASF, em Portugal, situou-se em 14,6%, valor significativamente inferior aos 29,3% de quota de prémios no mercado português.

No ramo Automóvel, considerando o rácio do número de reclamações concluídas por volume de prémios registadas no 1º semestre de 2021, a Fidelidade apresenta um valor de 0,7 reclamações por milhão de euros de prémios, cerca de metade da incidência média de mercado, que em junho de 2021, se situava em 1,4 reclamações.

Reclamações registadas na ASF vs Prémios (quotas de mercado) - Fidelidade



Handwritten signature and initials.

3.2 Produtos e Serviços

OFERTA TRADICIONAL

O Grupo Fidelidade disponibiliza uma vasta gama de produtos e serviços aos seus clientes, que resulta de uma sólida experiência e constante aposta na diversificação e inovação. Desta forma, tem vindo a desenvolver uma oferta integral no negócio segurador, mas também a reafirmar o seu propósito de se posicionar, cada vez mais, como um parceiro dos seus clientes na prestação de serviços de proteção e assistência.

No âmbito do negócio segurador, o Grupo Fidelidade tem uma gama alargada de produtos, que abrangem a generalidade dos ramos Vida e Não-Vida. Através das empresas do Grupo são prestados também serviços em áreas como a Saúde, Assistência, Imobiliário, Gestão de Ativos, Peritagens e Reparação Automóvel.

Automóvel

Leque variado de seguro auto, para empresas e particulares (incluindo danos próprios, ou apenas responsabilidade civil)

Multirriscos

Habituação, industrial e comercial, Incêndios e outros danos

Saúde

Da proteção básica à proteção total com ofertas inovadoras em segmentos específicos (ex: 60+) com acesso à maior rede médica privada do país

Acidentes de Trabalho

Complementado com um programa de reabilitação-WeCare



Viagem/Lazer

Acidentes pessoais, seguro de viagem, e seguro para estudantes a viver no estrangeiro

PETS

Ofertas de seguros para cães e gatos explorando um novo segmento emergente, incluindo seguros de saúde

Vida Financeiro

Produtos de poupança com diferentes maturidades e objetivos (PPR, produtos de capitalização,...)

Vida Risco e Rendas

Diversos produtos como: vida risco; seguro de funeral e responsabilidade civil familiar.

OFERTA INOVADORA EM 2021

Ao longo do ano de 2021, o Grupo Fidelidade continuou a apostar no lançamento de produtos inovadores que respondam às necessidades dos clientes.

MERCADO NACIONAL

Fidelidade Multirriscos Empresa: Produto que pretende responder às necessidades do mercado empresarial, direcionado para os pequenos negócios e para as pequenas e médias empresas, dispondo de coberturas específicas para cada setor de atividade, com a possibilidade de escolher coberturas facultativas, diferentes capitais seguros e opção de franquia.

Investimento Global 8 Anos: Solução financeira ligada a fundos de investimento sem participação nos resultados e sem garantia de rendimento e capital, que propõe uma rentabilização das poupanças de forma equilibrada e diversificada.

PPR 52+ Setembro 2021: Plano Poupança Reforma, na modalidade de seguro Vida Individual cujo fundo de investimento está ligado a um índice de ativos. O produto não tem capital nem rendimento garantido, distinguindo-se por três critérios principais: Estratégia de investimento diversificada; garantia mínima de 95% do valor da cotação de subscrição ao fim dos primeiros doze meses de vigência; e mecanismo de controlo de volatilidade de 8% (gestão dinâmica do risco).

Investimento Portugal Maio 2021: Seguro de Vida Individual da Fidelidade, ligado a fundos de investimento, com prazo fixo, sem participação nos resultados e sem capital de rendimento garantido, constituindo um produto de investimento com base em seguros (PIBS).

PPR 40+ ESG: Plano de Poupança Reforma que, através da seleção positiva de emitentes devidamente alinhados com os princípios de sustentabilidade da Fidelidade, visa apoiar boas práticas ambientais, sociais e de *governance*.

14
B
W

Acidentes Pessoais Mobility e Sport: Produto direcionado para desportos, *indoor* e *outdoor*, que garante, em caso de acidente, o acesso a assistência médica (por vídeo ou teleconsulta) e inclui capital para pagamento de despesas de tratamento, das mensalidades do ginásio e para fazer face a custos no caso de consequências de um acidente mais grave.

Seguros de Saúde Multicare – Cobertura de Saúde Mental: Uma cobertura diferenciadora que abrange a prevenção e o tratamento da saúde mental de foro psiquiátrico. Desta forma, o internamento psiquiátrico, consultas de psiquiatria e psicologia e sessões de psicoterapia passam a estar garantidos nos seguros *standard*, quer em contratos novos, quer em contratos já em vigor.

NÓS NO MUNDO

Alianza (Bolívia): Inclusão da cobertura de Telemedicina (Mi Empresa Segura) nos produtos de saúde.

Fidelidade Angola: Lançamento do produto Funeral Individual no portal de Parceiros (Fidnet), constituindo o primeiro de vários produtos Vida disponibilizado para emissão descentralizada pelos parceiros da Fidelidade Angola.

Fidelidade Seguros Chile: Disponibilização do FID Teletrabalho, um produto inovador no mercado chileno que assegura coberturas de danos e acidentes para os teletrabalhadores.

Fidelidade Macau: Introdução de seguro para o Programa de Vacinação COVID-19 da ERA de Macau.

Alianza Garantia (Paraguai): Introdução de seguro obrigatório de Acidentes de Trabalho e Doenças Profissionais (SOATDP).

Fidelidade Espanha: Lançamento do seguro Fidelidade Pets em colaboração com a Caja Almedralejo.

Fidelidade França: Lançamento de produtos de Saúde e de Vida Risco para empresas no canal *Bancassurance* e iniciado o processo para renovação da oferta de seguros de Vida Risco associado ao crédito à habitação e de Vida financeiro com unit-links neste canal. Foi também iniciada a exploração do ramo aéreo no canal de corretores, com uma carteira já constituída ao longo do ano de 2021.

Fidelidade Moçambique: Lançamento de um seguro agrícola baseado em índices para o mercado moçambicano. Ainda foi disponibilizada a Nova Oferta Saúde, com destaque no lançamento para quatro novos produtos e inclusão transversal das coberturas Covid, HIV, hemodiálise, transplante de órgãos, hepatites, assistência domiciliárias, vacinas, vitaminas e cremes dermatológicos.

PARCERIAS COM VALOR ACRESCENTADO

Para potenciar a expansão de modelos de negócio inovadores, o Grupo Fidelidade tem vindo a estabelecer parcerias com entidades de referência de outras áreas de negócio que trazem valências complementares ao negócio segurador, com o objetivo de criar propostas de valor mais amplas e competitivas para os seus clientes em áreas como a Mobilidade, a Saúde ou a Assistência. Baseado em processos digitais, este ecossistema propicia o desenvolvimento de uma oferta capaz de responder às mudanças do perfil do cliente que evidencia uma tendência consolidada de utilização das novas tecnologias no seu quotidiano. Sem prejuízo da colaboração com diferentes parceiros, tanto na componente técnica como na comercial, salientamos as seguintes parcerias estratégicas:



A parceria de medicina online com a líder de mercado mundial Teladoc tem contribuído para expandir continuamente os serviços disponibilizados aos clientes Multicare. Para além das consultas de medicina geral por telefone ou vídeo, os serviços incluem consultas de nutrição e consulta do viajante, suporte psicológico e de nutrição a pacientes oncológicos e abrange especialidades como a pediatria, dermatologia, psicologia e ginecologia. A associação à Teladoc também assegura a entrega de medicamentos ao domicílio.



A parceria com a Vitality, o programa líder mundial na criação de hábitos de vida saudáveis criado pela seguradora sul-africana Discovery, permite ao Grupo Fidelidade centrar-se na prevenção e redução dos fatores de risco no desenvolvimento de doenças, através da promoção de comportamentos saudáveis. Com o programa Vitality, os clientes que dele beneficiem ganham recompensas semanais e mensais e obtêm descontos anuais no prémio do seu seguro.



As aplicações móveis Fidelidade *Drive* e *Smart Drive* foram desenvolvidas como resultado da parceria tecnológica com a The Flow, empresa de referência na telemática e mobilidade.



O projeto *Smart Drive* para reforço do ecossistema de mobilidade previu uma parceria com a Brisa/Via Verde, a maior concessionária de autoestradas em Portugal, para desenvolver produtos de seguros baseados em telemática e produtos de seguros de mobilidade dirigidos aos seus clientes.



Em conjunto com a Santalucía, seguradora espanhola de referência, desenvolveu-se o seguro Proteção Funeral.

O ano de 2021 caracterizou-se como um ano de consolidação da estratégia definida para o desenvolvimento de um ecossistema de parceiros. Na área automóvel, a Fidelidade consolidou a parceria com a Brisa no âmbito da mobilidade digital e com a The Flow no âmbito da telemática com o lançamento do Fidelidade Drive 2.0. Também investiu na expansão de novos ecossistemas no universo de Acidentes Pessoais, na qual a parceria com a NOS Telecomunicações traz soluções para seguros de viagem, e na área Pets, na qual o desenvolvimento de sinergias em curso irá trazer novidades em 2022.

Esta aposta permitiu à Fidelidade consolidar a sua estratégia de diversificação e cooperação nos setores de atividade chave da economia nacional. É um caminho essencial para se poder assegurar uma oferta única e diferenciadora de produtos, fidelizando os clientes e reforçando a importância dos seguros no quotidiano dos portugueses.

3.3 Canais de Distribuição

PLATAFORMA OMNICANAL EM PORTUGAL

Decorrente de uma estratégia omnicanal, assente na plataforma de distribuição multicanal, o Grupo Fidelidade promove uma articulação das suas ofertas e níveis de serviço, entre os vários canais existentes, de forma a assegurar uma experiência de cliente integrada e consistente.

A abordagem multicanal permitiu à Fidelidade garantir uma posição única na distribuição dos seus produtos, destacando-se como líder em todos os canais onde está presente¹.

Agentes	A Fidelidade tem o apoio de 3.682 agentes na comercialização dos seus produtos, que oferecem um serviço personalizado aos seus clientes em Portugal. É líder neste canal, com 26% de quota de mercado.
Canais remotos	A distribuição passa também pela internet e atendimento telefónico , canal que teve desenvolvimentos no atual contexto de pandemia. O Grupo Fidelidade lidera o canal remoto com mais de 42% de quota de mercado.
Corretores	O número de corretores ascendeu a 65 em 2021, tendo a produção captada correspondido a 38% do total de prémios com origem neste canal no mercado português.
Agências próprias	O Grupo Fidelidade tem 59 agências dispersas pelo país, liderando também neste canal com 44% de quota de mercado.
Banca	A Fidelidade, tendo como distribuidores a CGD, o Banco CTT e o EUROBIC, conta com 900 balcões bancários na comercialização dos seus produtos . A sua quota de mercado em Bancassurance foi de 24%.

A tecnologia e a digitalização desempenham um papel muito relevante na procura de soluções que aprofundem a interação com o cliente e que ofereçam serviços cada vez mais customizados. Contudo, ainda que o processo de digitalização seja essencial para uma maior proximidade com os clientes, o Grupo Fidelidade tem, desde sempre, na sua base uma força comercial assente nas agências, lojas e mediadores, continuando a apostar no reforço de competências desses parceiros.

Resumimos as ações de formação com as equipas internas e de corretores desenvolvidas em 2021:

- Construção e **lançamento da Plataforma Business Knowledge Center**, uma ferramenta de e-learning para mediadores;
- **Reforço do engagement da Rede Comercial**, com ações formativas sobre os processos e procedimentos para garantir a eficiência e autonomia;
- Lançamento de 5 módulos e-learning sobre os produtos que passaram a incorporar a oferta formativa neste modelo: Acidentes Pessoais, Fidelidade Casa, Proteção Vital 65+, Proteção Vital Família e Seguro Vida;
- Programas de formação para novos colaboradores da direção comercial de agências da Fidelidade, colaboradores da sucursal de Moçambique, comunicadores do Contact Center da Fidelidade e postos de atendimento da Multicare.

¹ Fonte: APS e Fidelidade. Dados de dezembro de 2020.

DISTRIBUIÇÃO INTERNACIONAL

AMÉRICA LATINA

Perú

A plataforma de distribuição da La Positiva assenta também em vários canais de distribuição que permitem ao Grupo estar próximo dos clientes e proporcionar-lhes qualidade no serviço. Os canais de distribuição no Perú² incluem Corretores (com 43% dos prémios emitidos), Canais não tradicionais (17%), Distribuição Própria (10%), Canal Direto (10%), Concurso Público (18%) e o Canal Digital (2%). Os canais não tradicionais passam pelo estabelecimento de parcerias bancárias, retalhistas e com outras entidades. A distribuição própria é dividida entre a força de vendas, (organizada em quatro equipas, nomeadamente Anuidades, Proteção Família, Vida Tradicional e Não-Vida), o call center e o e-commerce. De destacar o potencial oferecido pelo canal e-commerce, que dispõe de dois websites para SOAT e seguro de viagem e possibilita a compra direta de seguros online. O canal direto é maioritariamente composto por agências de retalho em centros comerciais, localizados essencialmente em Lima. O aumento de centros comerciais que se tem verificado fora da cidade de Lima representa uma oportunidade para a La Positiva alcançar novos clientes.

Bolívia

Os canais de distribuição na Bolívia incluem Corretores (36% dos prémios brutos emitidos), Canal Direto (15%), Força de Vendas (9%) e Bancassurance (39%). O canal Corretores oferece um atendimento comercial personalizado por ramo de atividade. No canal Bancassurance, destacam-se as parcerias comerciais com três dos maiores bancos retalhistas da Bolívia: BMSC, FASSIL e FIE.

Chile

Destacam-se o Comercial Santiago (30%), as Sucursais (29%), Corporate (24%) e Affinities (17%). O modelo de negócio desta subsidiária assenta numa plataforma tecnológica escalável, que permite um ágil interface com diferentes parceiros de distribuição.

ÁFRICA

Os principais canais de distribuição em Angola³ incluem Corretores (74%), Agências (10%), com 16 agências próprias e uma equipa de vendedores especializados, e Bancassurance (16%), com parcerias comerciais com sete bancos locais: Caixa Angola, Banco Fomento Angola, Standard Bank, Banco Investimento Rural, Banco Valor, Banco Comercial do Huambo e Banco Prestígio.

Em Cabo Verde, as Agências são o canal de distribuição mais relevante, com 69% dos prémios brutos emitidos. De referir que o Grupo Fidelidade aposta na formação contínua dos recursos humanos e na transformação digital dos serviços oferecidos pelas agências. Os restantes canais incluem Corretores (15%) e Bancassurance (16%). No âmbito do Bancassurance, destacam-se as parcerias comerciais com o BCA, BI, BAI, Ecobank e International Investment Bank (IIB).

Os canais de distribuição em Moçambique assentam nos Corretores (45%), no Canal Direto e Agentes (41%) e no Bancassurance (14%), onde se destacam as parcerias com o Banco Único, o Banco Mais e o First Capital Bank.

EUROPA

Em Espanha, após a venda do Banco Caixa Geral (do Grupo CGD), em outubro de 2019, e da cessação do acordo Bancassurance que a Fidelidade Espanha tinha com este banco, o canal de Agentes e Corretores é o de maior representatividade nesta operação (68%). A Fidelidade Espanha conta, ainda, com dois canais com alguma representatividade, tendo o Bancassurance 18% das vendas e o Canal Direto 14%. No Bancassurance, foram

² Fonte: Interna, percentagem dos prémios emitidos brutos a setembro 2021.

³ Fonte: Interna, percentagem dos prémios brutos emitidos a novembro 2021.

estabelecidos novos acordos de distribuição com a Cajalmendralejo e com o Abanca, direcionados para a venda de seguros para empresas.

Os canais de distribuição em França assentam nos Corretores (65%), no Bancassurance (32%) e no Canal Direto (3%).

ÁSIA

Em Macau, os canais de distribuição diferem consoante os negócios. Em Vida, incluem maioritariamente Bancassurance, com 94% dos prémios emitidos brutos, tendo o canal direto um papel menos representativo com 6%. Em Não-Vida, os canais de distribuição incluem Corretores (31%), Bancassurance (31%), Canal Direto (25%) e Agentes (13%).



3.4 Inovação e Digitalização

A Fidelidade abraça a sua jornada de inovação e digitalização com base em três pilares principais, estabelecendo objetivos claros para cada um deles.



MELHORIA DOS PROCESSOS INTERNOS

O primeiro pilar de atuação no âmbito da inovação tem como principal objetivo aumento de eficiência focado na melhoria dos processos de negócio e da relação com o cliente.

DIGITALIZAÇÃO DE PROCESSOS

- A peritagem automóvel conheceu novos avanços e hoje já se encontra desenvolvido um novo conceito, que permite através de algoritmos inteligentes validar orçamentos efetuados por oficinas e, em paralelo, avaliar prejuízos exclusivamente com base em fotografias. Ainda na área da peritagem patrimonial, a Fidelidade começou, desde 2018, a efetuar vídeo-peritagens, em processos mais simples, facilitando dessa forma a avaliação de danos à distância sem necessidade de deslocação dos peritos. Neste sentido, a Fidelidade e a CARES alavancaram esforços para consolidar a manutenção do processo de peritagem digital, com foco no aumento das reparações de sinistros. Adicionalmente, a GEP implementou o projeto Orçamentação Automática nas peritagens automóveis, deixando de ser necessária a presença de um perito na oficina, e implementou a vídeo peritagem facilitando, assim, a peritagem à distância e integração de fotografias imediatas no sistema informático. Em 2021, a GEP apostou no lançamento da App GEPEXPERT MOBILE, permitindo a recolha de fotografias em contexto do processo de peritagem automóvel. É estimada uma redução do tempo média de peritagem em 33%.

AUTOMATIZAÇÃO DE PROCESSOS DE GESTÃO

- Em 2021, foram automatizados os processos de gestão de apólices anteriormente manuais, através da aplicação de RPA (Robotic Process Automation), robôs que conferem uma maior rapidez e rigor na informação processada. Neste sentido, a Fidelidade Assistance prosseguiu com os desenvolvimentos do *speech bot* Maria, que permitem melhorar o desempenho na conclusão dos processos *end-to-end*, e.g. percentagem de abertura de processos que são levados até ao fim sem transferir a chamada para o assistente humano. O *speech bot* Maria conquistou o prémio de transformação digital 2021 na categoria eficiência/eficácia promovido pela Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação e o prémio *Best Insurance Project* do Portugal Digital Awards promovido pelo IDC. Foram ainda implementados em 2021 *chatbots* no Contact Center e sites da Fidelidade e Multicare, permitindo uma maior rapidez de resposta ao cliente Fidelidade.

Handwritten signature and initials.

- A nível internacional também o caminho da digitalização de processos tem sido reforçado. Na Fidelidade Angola, durante o ano de 2021, houve a consolidação do Plano 120 dias que teve como grande objetivo o robustecimento do controlo interno dos sistemas de informação e otimização dos principais processos, com destaque para as áreas de cobranças, resseguro, sinistros de saúde, financeira, planeamento e controlo, reconciliação e contas correntes. Ainda, associado ao advento da Transformação Digital, destaca-se a otimização dos mecanismos de cobranças da Fidelidade Angola, por adoção do débito direto, evolução dos pagamentos EMIS (pagamentos por referência) para pagamentos em tempo real e disponibilização da opção de pagamentos por multicaixa (equivalente ao MBWay em Portugal), com a disponibilização do virtual POS. Estes processos contribuem para a otimização dos recursos internos da companhia e melhoria do serviço ao cliente.

AUTOMATIZAÇÃO DE PROCESSOS DE REEMBOLSO

- Desde 2020 que a app MyFidelidade permite que os clientes submetam o pedido de reembolso de despesas de saúde em tempo real. Observa-se que o tempo de processamento foi reduzido em 20%. Em 2021, a automatização do processo de gestão de sinistros foi alargada aos ramos da Saúde e Acidentes Pessoais. Foi também automatizado o processo de gestão de investimento imobiliário direto.

CRIAÇÃO DA PLATAFORMA DE DINAMIZAÇÃO COMERCIAL

- Em 2021 foi desenvolvida a Plataforma de Dinamização Comercial, para melhorar o acompanhamento da atividade comercial pelos gestores de mediadores e assistentes, que podem agora fazê-lo numa só plataforma. No mercado internacional, foi também desenvolvida a Plataforma Comercial na Fidelidade Moçambique, proporcionando uma visão 360 do cliente. Também na Alianza (Bolívia), foi lançada uma plataforma tecnológica para a comercialização de seguros via Whatsapp (canal comercial força de vendas). Ainda em 2021, a Alianza lançou uma outra plataforma tecnológica para venda de seguros online do produto “Seguro Odontológico”.

OUTROS PROJETOS DE MELHORIA DE PROCESSOS

- Em 2021 apostou-se também na implementação e revisão de processos de IT Service Management, com o objetivo de melhorar e agilizar a resposta do IT a todas as áreas internas da Fidelidade. Neste âmbito, houve também um investimento significativo na área da gestão de conhecimento no IT, com a criação de academias de formação, com parceiros externos. Prossegue o investimento na Metodologia Agile, tanto em IT como em toda a organização. No Grupo La Positiva, no Perú, introduziu-se o novo Modelo de Gestão de iniciativas baseado nesta metodologia, configurando-se uma estrutura baseada em clusters de negócios.

PROPOSTAS DE VALOR INOVADORAS

O segundo pilar de atuação no âmbito da inovação tem como principal objetivo a melhoria da qualidade da oferta de produtos e serviços respondendo às necessidades do cliente e procurando responder proativamente às tendências e desafios do mercado segurador e da sociedade em geral: como garantir o acesso amplo e rápido a serviços de saúde de qualidade, como endereçar os desafios colocados pelo envelhecimento da população, como promover maior sensibilidade à necessidade de poupança são alguns dos desafios que nos movem e para os quais procuramos as melhores respostas.

Investimos em serviços e soluções cada vez mais integradas e completas nos diversos ecossistemas onde atuamos, tais como Mobilidade, Saúde, Casa e Poupança, Sêniores, Viagem e Pets.

PROPOSTAS DE VALOR NO ÂMBITO DA ATIVIDADE SEGURADORA

Programa Vitality

Este modelo de prevenção associado ao ramo da Saúde, influencia positivamente o risco, através da promoção de estilos de vida saudáveis junto dos clientes e de recompensas que o programa lhes atribui, como sejam descontos nos seguros ou em atividades e eventos. Desta forma, o Grupo Fidelidade através do Multicare Vitality recompensa os clientes por adotarem estilos de vida e comportamentos mais saudáveis, trabalhando para um impacto socialmente responsável.



Aplicação MyMulticare

A Medicina Online tem sido uma das principais áreas de intervenção no ramo da Saúde. A expansão contínua deste serviço tem como finalidade a melhoria da experiência do cliente, mas também o da prevenção e da promoção de hábitos de vida saudáveis. Por isso, lançámos a app MyMulticare para facilitar o acesso e a gestão de processos, permitindo que os clientes acedam aos serviços da Medicina Online (vídeo-consultas, teleconsultas e avaliador de sintomas) e giram digitalmente o seguro.

Segurança Cibernauta para as Famílias

No início de 2020, o Grupo Fidelidade lançou o seguro de Proteção Jurídica Cyber Famílias, desenvolvido a pensar na segurança do cliente e respetivo agregado familiar, enquanto navegam na internet. É um produto inovador e único no mercado português que disponibiliza serviços como o rastreio e eliminação de informação sensível, serviço de controlo parental e assistência psicológica. Em 2021, a La Positiva, no Perú, introduziu o Programa de Cibersegurança, permitindo uma melhoria no rating para nível avançado atribuído pela empresa Bitsight.



Aplicação Fidelidade Drive 2.0

O ecossistema de Mobilidade tem vindo a ganhar força com o lançamento de produtos ligados à telemática que visam, através da gravação em tempo real dos comportamentos de condução, contribuir para uma melhoria da qualidade e segurança na estrada. Foi esse o caso da aplicação Fidelidade Drive em 2017 para clientes com seguro automóvel Fidelidade, que já se encontra melhorada, com novas funcionalidades e o nome Fidelidade Drive 2.0. Em 2019, em parceria com a Brisa, desenvolvemos a aplicação Smart Drive Clientes da Via Verde que, entre outros serviços, recomenda melhores opções de deslocação no âmbito da mobilidade sustentável. Estamos a dar continuidade à evolução destes produtos, sempre na ótica da segurança de condução, da poupança do combustível e opções de desconto na rede de parceiros. A aplicação Fidelidade Drive 2.0 vem assim promover uma condução responsável do Cliente, ao mesmo tempo que promove a sustentabilidade ambiental e a segurança nas estradas.



[Handwritten signature]

Aplicação My Pets

Desenvolvida por uma equipa de veterinários, a MyPets é uma app para dar apoio aos donos de animais. Lançada em 2021 em regime de livre acesso, permite criar um perfil por cada animal, com dados como o peso, condições crónicas de saúde, chip; informar o utilizador sobre Centros de Atendimento Médico-Veterinário mais próximos, incluindo os que fazem parte da Rede Pets; e fazer uma simulação com base na espécie, género e raça do animal registado e oferecer recompensas aos melhores tutores, através de pontos.

Em relação ao seguro Pets, desenvolveu-se uma versão inteiramente digital, que foi também já lançada em Espanha. A inovação tecnológica associada ao produto colocou a operação deste país na vanguarda destes modelos de negócio.



Just in Case insured by Fidelidade

A aplicação de organização de viagens traduz-se numa experiência 100% digital que reforça o ecossistema de Viagem. A *Just in Case* oferece serviços gratuitos de *checklists* personalizáveis, dicas para diferentes destinos e apoio gratuito ao viajante 24 horas por dia e 365 dias por ano, que permite subscrever um seguro de viagem *on demand*. Esta aplicação tem ainda uma parceria com a Collinson, dando acesso a lounges em todo o mundo. O projeto destacou-se pela sua digitalização e inovação e foi vencedor do prémio *EFMA 2020 Innovation and Insurance Awards – Product & Service Innovation Silver Award*.



Em 2021, procedeu-se ao teste de mercado da proposta de valor existente, otimização da experiência do utilizador através da inclusão de novas funcionalidades (conteúdos de destinos, integração de acesso ao lounge de aeroporto) e melhoria de fluxos de subscrição na app. Foi ainda incluída a cobertura de assistência em caso de doença COVID-19 nos seguros de viagens.

Investimento Portugal 2021

Ao longo de 2021, a Fidelidade deu continuidade à estratégia de lançamento de séries fechadas de produtos unit-linked, iniciada em 2020, disponibilizada aos clientes em vários canais de distribuição, uma oferta abrangente e diversificada (Investimento Portugal, Investimento Global, PPR ESG) vocacionada para um horizonte de investimento de médio prazo e um perfil de risco prudente/conservador.



Aplicação My Savings

Para incentivar a poupança, os clientes dispõem, desde 2021, de uma aplicação que lhes permite definir objetivos e realizar investimento. A APP MySavings passou a incluir uma componente de investimento, para além da poupança, aumentando assim o leque de opções disponibilizadas aos nossos clientes para aplicação de valores. A concretização de objetivos potencia a poupança recorrente e os investimentos vêm dar resposta aos clientes que querem aplicar capital, sem definir, necessariamente, um plano de entregas.



Handwritten signature and initials.

PROPOSTAS DE VALOR PARA ALÉM DA ATIVIDADE SEGURADORA

ALÔ by Fidelidade

O ALÔ by Fidelidade é uma solução tecnológica, que combina um tablet e uma aplicação para cuidadores, familiares e amigos, com acesso a serviços de assistência ao domicílio. Com esta solução, pretende-se contribuir para dar resposta ao isolamento social e à inclusão tecnológica de parte da população idosa. Do interesse desta aplicação, surgiram dois tipos de parcerias:



- Parcerias com a GrandPad (software), a Altice (logística) e com a SantaLucia e a Jane (comercialização do produto a nível internacional);
- Parceria com a União das Misericórdias Portuguesas como meio de promover a comunicação entre familiares, sobretudo no contexto atual de pandemia.

Em 2021, foi lançada a solução em mercado, com e sem produto seguro de Acidentes Pessoais associado, alavancando vendas através de agentes e mediadores, assim como em canais “beyond insurance”, nomeadamente e-commerce e *pop-up store*. Relativamente aos canais *beyond insurance*, o ALÔ by Fidelidade é o primeiro produto da Fidelidade implementado no canal retalho, através de uma *pop-up store* durante dois meses no CascaiShopping e também através de e-commerce disponibilizado através da sua *landing page*. Ao longo deste ano apostou-se também na contínua evolução da solução tecnológica e em ações contínuas de *Customer Listening*, para recolha de feedback, que apoiem a tomada de decisão na gestão de prioridades de desenvolvimentos.

FIXO

A plataforma de prestação de serviços para a casa com uma experiência digital *end-to-end* teve um conjunto de melhorias em 2021 de forma a melhorar a experiência do cliente e serviços prestados:

- Alargamento da oferta em mais de 10 serviços e início de testes com novos clusters (e.g. segmento de pequenas empresas);
- Redesenho da experiência do utilizador através da inclusão de novas funcionalidades (área promocional, modelo de subscrição, *wallet*, *Member-Get-Member*) e melhoria de fluxos de checkout na app;
- Lançamento de campanhas altamente criativas e numa lógica de retalho de serviços orientadas à aquisição de novos clientes com um *mix* em formatos online e offline. Complementarmente foram criadas contas nas redes sociais nomeadamente Instagram, Facebook e Spotify com playlists específicas para os clientes FIXO.



FACILITADORES TRANSFORMACIONAIS

O terceiro pilar de atuação no âmbito da inovação promove um ambiente transformacional em toda a organização, desenvolvendo soluções inovadoras e tornando-as acessíveis através de plataformas de última geração. Os facilitadores transformacionais trabalham numa ótica de consolidação de sinergias, permitindo a criação de soluções digitais inovadoras e disruptivas no mercado.

- **Center for Transformation** e o **Center for Advanced Analytics**, criados com o objetivo de conduzir projetos de inovação e reforçar as capacidades de *analytics*;
- **OBA (Office for Business Agility)**, criado para assegurar e apoiar o planeamento e desenvolvimento de projetos transformacionais com impacto em processos específicos e localizados do Grupo Fidelidade, seguindo uma metodologia *Agile*, e numa lógica de *hub & spoke*;
- **Parcerias estratégicas** para reinventar ou consolidar propostas de valor numa abordagem de ecossistema;
- **Programa Protechting** criado como acelerador de *start-ups*, fortalecendo a nossa posição digital.

Em 2021, o *Center for Transformation* participou em eventos chave de forma a promover a transformação digital tanto no Grupo Fidelidade como na sociedade:

- Participação em eventos chave no âmbito da inovação nacional, nomeadamente WebSummit, World Economic Forum e IDC;
- Colaboração e partilha de conhecimento em eventos universitários, com a NOVA SBE, ISEG, Católica Lisboa SBE, Universidade de Coimbra, com vista à promoção e aproximação à academia, apresentando os projetos e a cultura de inovação do Grupo Fidelidade;
- Participação na Fintech365 da Portugal Fintech, evento patrocinado pela Microsoft para *start-ups*, centrado na aceleração de PoC's (provas de conceito) em grandes empresas nacionais.

Criação da Fidelidade Inovação, S.A. (FID I&D)

- Consolidação do posicionamento da FID I&D enquanto sociedade constituída para otimizar a prossecução de projetos de investigação, desenvolvimento experimental e inovação (I&D+I), atuando como incubadora de soluções inovadoras digitais no seio do Grupo Fidelidade;
- Obtenção do estatuto de entidade idónea, por parte da Agência Nacional de Inovação, nas seguintes áreas de atuação: Ciber-segurança, Internet das Coisas; Novas formas de comunicação; TIC aplicadas à Saúde e TIC para Acesso aberto ao conhecimento;
- Consolidação de uma rede de inteligência e conhecimento com enfoque tecnológico que permitirá a capitalização dos resultados de uma colaboração conjunta, e cada vez mais próxima, entre as equipas da FID I&D, do Grupo e parceiros chave da área académica, do setor empresarial, e entidades governamentais (ligadas à inovação, ao empreendedorismo e à internacionalização).

3.5 As Nossas Pessoas

A EQUIPA FIDELIDADE

Informação Geral dos Colaboradores do Grupo Fidelidade⁴

No final de 2021, o número total de colaboradores na área seguradora do Grupo Fidelidade ascendeu a 7.771, representando um aumento de 12,3% face ao ano anterior. Este aumento correspondeu a um incremento de 850 colaboradores, dos quais 94 colaboradores em Portugal (sobretudo ligado ao reforço de funções relacionadas com Digitalização, Analytics e Transformação) e 756 colaboradores nas operações internacionais, refletindo, em grande medida, aquisição da SIM e a expansão da rede comercial em Angola.

Total Colaboradores	2020	2021
Portugal	3.342	3.436
Internacional	3.579	4.335
Total	6.921	7.771

No Grupo Fidelidade, o número de colaboradores reparte-se na operação em Portugal com 44,2% e nas operações internacionais com 55,8%.

Distribuição de Colaboradores com vínculo⁵ ao Grupo Fidelidade por Antiguidade

Em 2021, a antiguidade média dos colaboradores da área seguradora do Grupo Fidelidade foi de 10,4 anos face a 10,7 anos em 2020.

Antiguidade	2020	2021
Até 10 anos	60,4%	62,5%
11-20 anos	17,2%	15,4%
21-30 anos	16,9%	16,4%
31-40 anos	4,3%	4,7%
Mais de 40 anos	1,2%	1,0%
Total	100%	100%

POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS

O Grupo Fidelidade tem uma **política de recursos humanos** norteada por um conjunto de pilares que assentam nos seguintes princípios:

- i. Humanização das relações e das condições de trabalho;
- ii. Não discriminação assente na promoção da igualdade, sem ignorar a diversidade;
- iii. Respeito pela dignidade e promoção da Pessoa;
- iv. Adoção de políticas integradas que articulam medidas de prevenção, educação, formação, emprego, conciliação do trabalho e da família e igualdade de oportunidades;
- v. Implementação de políticas de recursos humanos orientadas para a valorização do indivíduo e para o fortalecimento da motivação e para o estímulo do aumento da produtividade;
- vi. Aplicação de políticas de recursos humanos orientadas para o tratamento com respeito e integridade dos seus trabalhadores e que contribuam ativamente para a sua valorização profissional.

⁴ Os valores são apresentados excluindo os colaboradores da Luz Saúde

⁵ Inclui os colaboradores cedidos pela Companhia e com contrato suspenso.

Inclusão de Pessoas com Deficiência ou Incapacidade

Adicionalmente, a inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade é também uma prioridade do Grupo, sendo que reforça o desenvolvimento das comunidades locais, pela (re)criação dos melhores e mais adequados cuidados continuados e pela (re)capacitação máxima desses cidadãos para a Vida ativa, sempre que possível, contribuindo para minimizar desigualdades social.

Igualdade de tratamento e de oportunidade entre homens e mulheres

Os recursos humanos do Grupo apresentam uma distribuição equitativa por género. O processo de recrutamento e seleção respeita integralmente o princípio da igualdade de oportunidades, sendo a seleção feita de acordo com o currículo e o perfil de competências de cada candidato. Assim, o Grupo não exerce qualquer tipo de discriminação no recrutamento com base no género/etnia/nacionalidade ou quaisquer outros fatores.

Conciliação da Vida pessoal, familiar e profissional

O Grupo Fidelidade tem procurado implementar um conjunto de medidas de apoio à conciliação do trabalho e da família, destacando-se as seguintes:

- Adequação e flexibilidade de horários e condições de trabalho;
- Mobilidade interna;
- Adequação de cada colocação às condições físicas e psicológicas dos trabalhadores, equipando os postos de trabalho de acordo com as necessidades específicas apresentadas.

Valorização profissional dos colaboradores

O Grupo promove ainda a formação dos seus colaboradores, como forma de valorização profissional dos mesmos, sendo estes incentivados à formação permanente e contínua ao longo da sua carreira.

Desta forma, em linha com a política de recursos humanos, é assumido o compromisso de preparar as equipas, os líderes e cada um dos colaboradores para um desempenho profissional adequado e potenciador do desenvolvimento do negócio. O Grupo Fidelidade compromete-se com a continuidade de criação de condições para melhorar a qualidade de Vida dos colaboradores.



4. ESTRATÉGIA E GESTÃO DO RISCO



4.1 Estratégia do Grupo Fidelidade

O Grupo Fidelidade tem como base da sua atuação **4 imperativos estratégicos**, sobre os quais tem definido um plano de crescimento e transformação com iniciativas definidas orientadas à ação. Estes imperativos estratégicos constituem o fio condutor de atuação do Grupo Fidelidade, dando origem a um conjunto alargado de iniciativas que vão sendo implementadas pelas diferentes empresas do Grupo.



ACELERAR CRESCIMENTO

O crescimento é para o Grupo Fidelidade uma prioridade estratégica. Para concretizar este objetivo, determinámos três eixos de crescimento: o reforço da liderança nacional, a expansão internacional e a inovação e transformação digital.

REFORÇO DA LIDERANÇA NACIONAL

Para reforçar a sua posição no mercado português, o Grupo Fidelidade aproveita a força das suas marcas, a presença nos vários canais de distribuição, as suas reconhecidas capacidades técnicas e a sua cultura de inovação para servir cada vez mais clientes.

Acresce um esforço contínuo de melhoria da dinâmica comercial, uma reforçada coordenação entre os diferentes canais de venda, por forma a oferecer uma **experiência omnicanal** e uma adaptação da oferta de produtos às expectativas dos clientes nos diferentes canais de distribuição.

Este plano de ação tem resultado num contínuo incremento da quota de mercado, principalmente do negócio Não-Vida, e numa comprovada resiliência face a adversidades externas, conforme observado em anos recentes. Simultaneamente, o potencial identificado no negócio Vida a nível nacional, reforçado pelo posicionamento da Fidelidade no mercado da Poupança, tem sido um dos impulsionadores de crescimento.

EXPANSÃO INTERNACIONAL

A expansão internacional assume um papel determinante na estratégia de crescimento do Grupo Fidelidade, ao mesmo tempo que ajuda a reduzir a concentração histórica no mercado português e serve como mecanismo de transferência de conhecimento, competências e inovação entre cada uma das empresas que fazem parte do Grupo.

O objetivo do Grupo Fidelidade passa por atuar em novos mercados onde, pelas suas competências, possa apresentar vantagens competitivas, tendo sempre presente o rigoroso cumprimento de todos os critérios de sustentabilidade financeira e operacional.

O processo de internacionalização do Grupo Fidelidade visou, numa fase inicial, os mercados com os quais Portugal tem maiores afinidades económicas, culturais e linguísticas, tendo seguido, em grande medida, o seu parceiro natural na distribuição via canal bancário (CGD), concentrando-se em mercados em que o Banco estava presente.

No futuro, a expansão do Grupo Fidelidade tem como principal foco mercados com proximidade cultural, potencial de crescimento e onde o Grupo tenha capacidade de acrescentar valor. A aquisição de uma participação maioritária no Grupo Segurador La Positiva em 2019 e o início de atividade da operação no Chile, em 2020, marcaram o início da expansão internacional da Fidelidade para este tipo de mercados. Seguiu-se a aquisição de uma participação maioritária na Seguradora Internacional de Moçambique (SIM) e a assinatura de um acordo para aquisição de uma participação maioritária na The Prosperity Group AG, com operação focada em mercados europeus (operação a ser finalizada em 2022).

INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A inovação e transformação digital apresentam-se como um meio para o Grupo Fidelidade impulsionar a sua atividade seguradora, através da criação de novos modelos de negócios suportados pelas novas tecnologias. É igualmente uma peça chave para reforçar a sua liderança no mercado nacional e um meio de acrescentar valor às operações internacionais, exportando para outras geografias os casos de sucesso comprovados em Portugal.

Enquanto líder do mercado nacional e presente em várias geografias, o Grupo Fidelidade está centrado em compreender as tendências do contexto em que opera e identificar as novas orientações dos mercados, como suporte à geração de ideias de projetos de inovação.

OTIMIZAR A RENTABILIDADE

O Grupo Fidelidade apresentou nos últimos anos um resultado positivo e consistente, graças a diversas iniciativas de melhoria de rentabilidade, que continuam a ser um foco de atuação para o futuro. Destacam-se dessas iniciativas a contínua automatização dos processos internos, a transformação do negócio Vida e a otimização da gestão da carteira de investimentos.

MELHORIA CONTÍNUA DA EFICIÊNCIA

A melhoria contínua da eficiência assenta na automação e no uso de tecnologias de analytics, que se traduz numa crescente digitalização da interação com o cliente e com os parceiros de distribuição. Esta aposta permite ao Grupo aumentar o número de processos que não necessitam de intervenção humana, deste modo libertando os recursos para atividades de maior valor acrescentado. Outro resultado são os ganhos de eficiência obtidos, com impacto relevante em várias vertentes do negócio, como a subscrição ou a gestão de sinistros.

TRANSFORMAÇÃO DO NEGÓCIO VIDA

Num contexto macroeconómico de baixas taxas de juro tornou-se necessária uma revisão da gama de produtos da Fidelidade, centrados em produtos com capital não garantido (*unit-linked*). A redefinição da oferta, na qual se destaca a cadência regular de lançamento de séries fechadas não garantidas, conduziu a um crescente peso deste tipo de produtos, contribuindo para um maior equilíbrio da carteira. A esta reformulação junta-se uma aposta em capacidades diferenciadas de gestão de ativos, de modo a explorar o potencial que esta linha de negócio apresenta no mercado português.

OTIMIZAÇÃO DOS INVESTIMENTOS

A otimização da gestão da carteira de investimentos passa por garantir a adequação ao contexto de mercado e regulatório em que a Fidelidade se insere. Procuramos potenciar o binómio retorno e risco, salvaguardando a postura de prudência que desde sempre tem caracterizado a atuação da Companhia. Esta otimização centra-se

também na diversificação dos investimentos, seja em termos geográficos, seja em termos de classes de ativos, para mitigar riscos e garantir proteção contra contextos de mercado adversos.

FOCAR NO CLIENTE

A atividade e inovação está centrada no cliente. Mas já não se propõe apenas um seguro e mutualizar o risco respetivo do cliente, como também apoiá-lo proativamente na gestão dos seus riscos e na resolução dos seus problemas e necessidades quando estes se materializam. Esta ambição requer que se desenvolvam novas ofertas integradas nos ecossistemas em que atua, nomeadamente a casa, a mobilidade, a saúde e a poupança, disponibilizando produtos e serviços fora da sua atividade primária e focados cada vez mais na prevenção e na resolução das necessidades holísticas do cliente.

Temos concretizado este caminho através da aquisição e internalização de diversos serviços relevantes para a atividade e também através da realização de parcerias estratégicas com importantes grupos de presença global como a Discovery Vitality.

MOBILIZAR A ORGANIZAÇÃO

Para conseguir concretizar os três primeiros objetivos estratégicos de crescimento, rentabilidade e foco no cliente, o Grupo Fidelidade precisa de estar dotado de talento e métodos de trabalho. Por isso, mantém-se atento à transformação e tendências do setor, de modo a garantir hoje o talento necessário aos desafios de amanhã, em linha com a ambição de se tornar um empregador de referência no mercado nacional.

Desenvolvemos um plano de ação que nos permite, de forma estruturada, dar respostas aos exigentes desafios que enfrenta e preencher as potenciais lacunas identificadas com o talento disponível no mercado. Adicionalmente, prosseguimos com a aposta contínua na formação dos colaboradores e em rotações internas, iniciativas importantes para a partilha de experiência e geração de conhecimento.

A par disso, a reformulação da forma de trabalhar e dos processos organizacionais com base em metodologias *Agile* é uma jornada que a Fidelidade tem seguido, havendo um número crescente de equipas interdisciplinares a trabalhar com esta metodologia. Este modelo garantirá uma organização cada vez mais ágil, capaz de suportar o crescimento do negócio e a resposta a qualquer desafio que surja de uma forma rápida e eficiente.

Depois de uma primeira transformação bem sucedida na organização da área de sistemas de informação, a Fidelidade está a expandir a metodologia para as restantes áreas e funções do Grupo.

Adicionalmente, a Fidelidade desenvolve as ações necessárias para que os valores, o propósito e a identidade do Grupo sejam assimilados por todos os colaboradores. As diversas iniciativas de responsabilidade social garantidas pela Fidelidade, tais como a Fidelidade Comunidade ou o Programa WeCare, promovem também o enraizamento do espírito de comunidade por toda a Companhia.

4.2 Como gerimos o risco

SISTEMAS DE GESTÃO DE RISCO E CONTROLO INTERNO

O sistema global de gestão de risco do Grupo Fidelidade é parte integrante das atividades diárias, contribuindo para a manutenção da solidez financeira e estabilidade do grupo.

O modelo de gestão de riscos está alinhado com requisitos previstos no regime de Solvência II, que entrou a vigor em janeiro de 2016.

O exercício de autoavaliação do risco e da solvência (“ORSA”), que permite relacionar numa visão prospetiva, risco, capital e retorno, no contexto da estratégia de negócio estabelecida, tem um papel fundamental na monitorização, quer do perfil de risco da Companhia, quer da adequação do capital aos requisitos regulamentares e às necessidades internas de capital.

Relativamente ao sistema de governação, a Companhia possui políticas, processos e procedimentos adequados à sua estratégia de negócio e às suas operações, garantindo uma gestão sã e prudente da sua atividade.

O exercício das funções-chave está atribuído aos seguintes órgãos de estrutura:

Direção de Gestão de Riscos

- Função de Gestão de Riscos
- Função Atuarial

Direção de Auditoria

- Função de Auditoria

Direção de Compliance

- Função de Compliance

A gestão de riscos e de controlo interno é complementada com os seguintes comités:



Aos restantes Órgãos de Estrutura compete o papel de dinamizador no processo de gestão de risco e controlo interno, no sentido de assegurar que a gestão e o controlo das operações sejam efetuados de uma forma sã e prudente, cabendo-lhes também garantir a existência e atualização da documentação relativa aos seus processos de negócio, respetivos riscos e atividades de controlo.

No que respeita às exigências de reporte, a Companhia preparou e divulgou, no seu sítio na internet, o “**Relatório sobre a solvência e a situação financeira**”, com referência a 31 de dezembro de 2020, contendo informação detalhada relacionada com as suas atividades, desempenho, sistema de governação, perfil de risco, avaliação para efeitos de solvência e gestão de capital.

Dado o desfasamento temporal existente entre a divulgação das demonstrações financeiras e a informação prudencial a ser incluída no “Relatório sobre a solvência e situação financeira” relativo ao exercício de 2021, importa referir que a Companhia, considerando os dados preliminares reportados trimestralmente à ASF e a informação disponível à presente data, continua a cumprir com os requisitos de capital de forma adequada.

GESTÃO DE RISCOS FINANCEIROS E CONTABILIDADE DE COBERTURA

O Grupo realiza operações com produtos derivados no âmbito da sua atividade, com vista a reduzir a sua exposição a flutuações cambiais e taxas de juro.

Os instrumentos financeiros derivados são registados pelo seu justo valor na data da sua contratação. Adicionalmente são refletidos em rubricas extrapatrimoniais pelo respetivo valor nocional. Subsequentemente, os derivados são mensurados pelo respetivo justo valor, que é apurado: i) com base em cotações obtidas em mercados ativos (por exemplo, no que respeita a futuros transacionados em mercados organizados); ii) com base em modelos que incorporam técnicas de valorização aceites no mercado, incluindo cash-flows descontados e modelos de valorização de opções.

DERIVADOS EMBUTIDOS

Os derivados embutidos noutros instrumentos financeiros são destacados do contrato de base ("host contract") e tratados como derivados autónomos, sempre que: i) as características económicas e os riscos do derivado embutido não estejam intimamente relacionados com as características económicas e os riscos do contrato de base; ii) um instrumento separado com os mesmos termos que o derivado embutido satisfizesse a definição de um derivado; iii) o contrato híbrido não for mensurado pelo justo valor com as respetivas variações refletidas em ganhos e perdas.

CONTABILIDADE DE COBERTURA

O Grupo investe em derivados com o objetivo de cobertura da exposição a riscos inerentes à sua atividade, designadamente a cobertura do justo valor de ativos em moeda estrangeira (risco de flutuação cambial).

Para todas as relações de cobertura, o Grupo prepara no início da operação a documentação formal, que inclui no mínimo os seguintes aspetos:

- i. Objetivos de gestão de risco e estratégia associada à realização da operação de cobertura, de acordo com as políticas de cobertura de risco definidas;
- ii. Descrição do(s) risco(s) coberto(s);
- iii. Identificação e descrição dos instrumentos financeiros cobertos e de cobertura;
- iv. Método de avaliação da eficácia de cobertura e periodicidade da sua realização.

À luz da IFRS 9 o Grupo já não tem contabilidade de cobertura para este propósito, no entanto, tem de manter as regras da referida cobertura por ter aplicado a IFRS 9 com abordagem de sobreposição. Os derivados de cobertura de justo valor são registados ao justo valor, sendo os resultados apurados diariamente reconhecidos em proveitos e custos do exercício. Caso se demonstre que a cobertura é eficaz, o Grupo reflete igualmente no resultado do exercício a variação no justo valor do elemento coberto atribuível ao risco coberto. Caso a relação de cobertura deixe de ser eficaz, a variação acumulada de justo valor refletida no elemento coberto é reconhecida em resultados até à respetiva maturidade.

No caso dos derivados de cobertura de investimento líquido numa unidade operacional estrangeira e de derivados de cobertura de fluxos de caixa, desde que a cobertura seja determinada como uma cobertura eficaz, são registados ao justo valor, sendo os resultados apurados reconhecidos em capital próprio. A porção ineficaz dos resultados, caso exista, deverá ser reconhecida em proveitos e custos do exercício.

As reavaliações positivas e negativas de derivados de cobertura são registadas no ativo e passivo, respetivamente, em rubricas específicas. As valorizações dos elementos cobertos são refletidas nas rubricas de balanço onde se encontram registados esses instrumentos.

DERIVADOS AO JUSTO VALOR ATRAVÉS DE RESULTADOS

Inclui todos os derivados que não estejam associados a relações de cobertura eficazes, nomeadamente:

- i. Derivados contratados para cobertura de risco em ativos ou passivos registados ao justo valor através de ganhos e perdas, tornando assim desnecessária a utilização de contabilidade de cobertura;

- ii. Derivados contratados para cobertura de risco que não reúnem as condições necessárias para a utilização de contabilidade de cobertura ao abrigo da IFRS 9, nomeadamente pela dificuldade em identificar especificamente os elementos cobertos, nos casos de macro ou cobertura de carteiras, ou por os resultados dos testes de eficácia revelarem que a mesma não é eficaz.
- iii. Derivados contratados com o objetivo de *trading*.

Os derivados ao justo valor através de resultados são registados ao justo valor, sendo os resultados da reavaliação apurados diariamente e reconhecidos em proveitos e gastos do exercício, nas rubricas de “Ganhos líquidos de ativos e passivos financeiros valorizados ao justo valor através de ganhos e perdas”, com exceção da parcela relativa a juros corridos e liquidados, a qual é refletida em “Rendimentos de outros”. As reavaliações positivas e negativas são registadas nas rubricas “Ativos financeiros valorizados ao justo valor através de ganhos e perdas” e “Outros passivos financeiros”, respetivamente.



5. DESEMPENHO FINANCEIRO



5.1 Enquadramento de Mercado

EVOLUÇÃO MACRO-ECONÓMICA⁶

i) MERCADO MUNDIAL

O ano de 2021 continuou a ser um ano marcado pelos efeitos disruptivos da pandemia Sars-CoV2 na economia mundial. Apesar de tudo, verificou-se uma recuperação da economia, ainda que com ritmos distintos e não lineares, diretamente ligado às diferentes vagas da pandemia que foram emergindo ao longo do ano, em resultado do surgimento de novas variantes e conseqüentes medidas restritivas. Para esta volatilidade nos índices de crescimento, continuaram a contribuir os baixos níveis de vacinação a nível mundial, em especial nas economias emergentes, onde os níveis da procura ainda não recuperaram na totalidade. As disfuncionalidades nas cadeias de abastecimento, pressionadas pelo *mismatch* de procura e oferta nos mercados internacionais, conduziram a uma subida da inflação, que se espera que normalize no médio prazo, em especial nas matérias-primas e recursos energéticos.

ii) PORTUGAL

Após um ano de histórica quebra na atividade económica, Portugal registou um forte crescimento em 2021, tendo assim concretizado uma mais rápida recuperação face ao ocorrido nas últimas crises económicas. Dada a sua elevada taxa de vacinação, Portugal foi um dos países da União Europeia que não teve necessidade de regressar a confinamentos, desde que foram aliviadas as medidas mais restritivas. O setor empresarial manteve a resiliência já registada em 2020, conseguindo aumentar o volume de exportações e impulsionar a dinâmica de investimento. Para o crescimento económico em 2021 contribuiu igualmente a recuperação do consumo público e privado. Também as condições de financiamento da administração pública se mantiveram favoráveis, com Portugal a conseguir emitir dívida de longo prazo com taxas de juro inferiores ao exigido em 2019. A recuperação do emprego fecha o conjunto de indicadores positivos a contribuir para a favorável evolução da atividade económica, traduzindo uma redução da taxa de desemprego para 6,6%. O PIB registou assim um crescimento de 4,8%, que só não foi mais expressivo pelos efeitos negativos que as vagas de pandemia tiveram em importantes setores do tecido empresarial, nomeadamente no turismo que terminou o ano com um contributo para o produto próximo de 50 p.p. abaixo do registado em 2019.

iii) AMÉRICA LATINA

A região da América Latina continuou a ser bastante fustigada pelos efeitos negativos da pandemia, estando os países da região numa batalha constante entre esforços de aumento das taxas de vacinação e combate às sucessivas variantes do vírus Sars-CoV2 e respetivas vagas. Não obstante, conseguiu seguir a tendência de recuperação, com o PIB do conjunto das economias da região a registar um crescimento de 6,3%. Por outro lado, a inflação situou-se, em média, nos 12%, mas afetada por *outliers* como Venezuela, Uruguai ou Brasil. No entanto, nos mercados onde a Fidelidade está presente a inflação manteve-se próxima de 3%.

ENQUADRAMENTO DO SETOR SEGURADOR

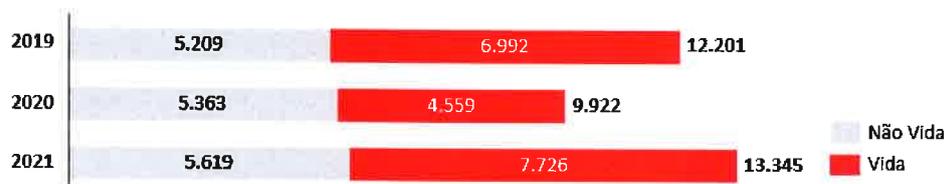
i) EVOLUÇÃO DO MERCADO SEGURADOR PORTUGUÊS

Em 2021, o setor segurador registou um forte crescimento, com a produção total a ultrapassar os valores pré-pandemia. Com uma evolução de 34,5% face a 2020, o mercado segurador encerrou o ano de 2021 com valor total de prémios brutos de 13,3 biliões de euros. O segmento Vida foi o principal impulsionador deste aumento,

⁶ Fonte: IMF Economic Outlook (Out-2021), OCDE Economic Outlook (Dez-2021), Boletim Económico BdP (Dez-2021).

registando um crescimento de 69,5%, acompanhado pelo segmento Não-Vida, que também continuou a sua trajetória de crescimento – mais 4,8% que em 2020.

Mercado Segurador Português



Unidade: milhões de euros

Fonte: ASF

O aumento da produção no segmento Vida deveu-se, sobretudo, ao reforço da inovação na oferta de produtos diferenciadores, bem como pelo crescente interesse por parte dos clientes nesta nova gama de produtos, predominantemente de capital não garantido. Este crescimento de interesse por parte dos clientes é igualmente suportado pela atual conjuntura de baixas taxas de juro, onde a oferta de aplicações financeiras sem risco detém, na sua maioria, remunerações de capital inexistentes. A incerteza face à evolução da situação económica ainda em contexto de pandemia, levou igualmente a um reforço da taxa de poupança das famílias face aos anos pré pandemia⁷, o que acabou por ter um impacto igualmente positivo na performance deste segmento.

Por sua vez, a produção do segmento Não-Vida manteve a tendência de crescimento, voltando a ganhar maior tração quando comparado com o crescimento homólogo, maioritariamente fruto da recuperação da atividade económica.

Neste segmento, importa destacar, a evolução positiva registada no ramo Saúde (+8,7%), numa altura que a população está cada vez mais sensibilizada para a necessidade de complementar os serviços do Sistema Nacional de Saúde. Este crescimento permitiu que o ramo Saúde se mantivesse como segundo maior ramo Não-Vida, com a produção de seguro direto a ascender a 1.032 milhões de euros, ultrapassando pelo segundo ano consecutivo a produção de Acidentes de Trabalho. Não obstante, Acidentes de Trabalho e Automóvel, mantiveram também a tendência de crescimento que marcou os últimos anos, ainda que a um ritmo inferior.

Não-Vida: Prémios Brutos

	Prémios Brutos		
	2020	2021	Var
Não-Vida	5.363	5.619	4,8%
Automóvel	1.877	1.898	1,1%
Saúde	950	1.032	8,7%
Acidentes de Trabalho	905	965	6,7%
Incêndio e Outros Danos	945	1.000	5,8%
Outros	686	724	5,5%

Unidade: milhões de euros; Fonte: ASF

ii) EVOLUÇÃO DO MERCADO SEGURADOR NO PERÚ, BOLÍVIA E CHILE

Nos mercados da América Latina, onde o Grupo Fidelidade está presente – em especial Perú, Bolívia e Chile -, o segmento Não-Vida manteve a tendência de crescimento da produção, verificando-se, no entanto, uma

⁷ Fonte: INE in Grau de poupança do agregado familiar.

desaceleração em 2021 devido aos efeitos da pandemia, salvo no caso do Perú, que registou um crescimento expressivo, intimamente relacionado com o crescimento dos segmentos Auto e Saúde.

Não-Vida: Prémios Brutos

País	Prémios Brutos	
	2020	2021
Perú	3,1%	9,8%
Chile	4,0%	2,6%
Bolívia	-0,3%	0,5%

Unidade: % taxa de variação

Fonte: Entidades Reguladoras Locais com informação atualizada a novembro 2021 (Perú e Bolívia); Chile com valores projetados por AACH (Asociacion de Aseguradores de Chile A.G.)

Em 2021, a produção neste ramo voltou a acelerar, registando um crescimento superior a 37%, função da forte dinâmica comercial dos produtos de anuidades (invalidez e proteção vital⁸).

Vida: Prémios Brutos

País	Prémios Brutos	
	2020	2021
Perú	-4,2%	37,1%
Chile	-24,3%	3,2%
Bolívia	11,0%	2,9%

Unidade: % taxa de variação

Fonte: Entidades Reguladoras Locais com informação atualizada a novembro 2021 (Perú e Bolívia); Chile com valores projetados por AACH

O mercado segurador do Chile registou um crescimento próximo de 3%, positivamente influenciado não só pela recuperação do ramo Vida, como pela performance registada em Não-Vida.

A Bolívia, o mercado segurador de menor dimensão destes 3 mercados, demonstrou-se resiliente ao impacto da pandemia, com a produção de Não-Vida a registar um ligeiro crescimento e a produção de Vida a manter a sua trajetória positiva.

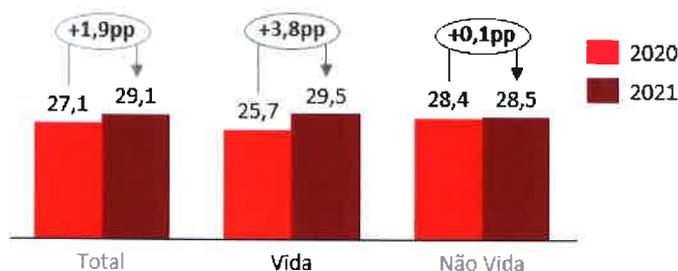
⁸ Tradução de *Seguro de Invalidez, Supervivencia y Gastos de Sepelio*.

5.2 Quotas de Mercado

POSICIONAMENTO NO MERCADO PORTUGUÊS

Em 2021, o Grupo Fidelidade manteve a sua posição de líder no mercado português, registando uma quota de mercado global de 29,1%, que correspondeu a um aumento de 1,9 p.p. face ao período homólogo, muito impulsionada pela performance registada no ramo Vida.

Quota de Mercado Total, Vida e Não-Vida (Unidade: %; Fonte: ASF)



O segmento Vida, foi fortemente influenciado pelo comportamento dos produtos financeiros, pelo que o Grupo Fidelidade conseguiu reforçar a sua quota de mercado em +3,8 p.p. face ao período homólogo.

Com efeito, o sucesso registado reflete a reestruturação da linha de negócio Vida Financeiro, marcado pelo aumento da quota de mercado nos produtos Unit-Link de 20,1% em 2020 para 27,3% em 2021.

Quota de Mercado Segmentos Ramo Vida (Unidade: %; Fonte: AFS)



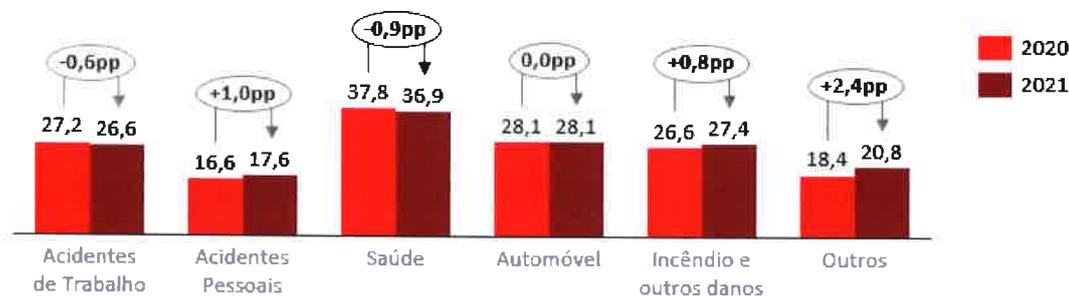
Por outro lado, o segmento Não-Vida mostrou-se resiliente durante a pandemia, tendo a Fidelidade conseguido aumentar a sua quota face ao período homólogo refletindo o contributo da maioria das linhas de negócio.

De referir, ainda, que em 2021, o posicionamento do Grupo Fidelidade no mercado Não-Vida português foi influenciado por um conjunto de fatores sendo de destacar os seguintes:

- No ramo Automóvel verificou-se uma estabilização de quota de mercado, refletindo a redução do prémio aos nossos segurados no contexto de pandemia;
- No ramo Saúde regista-se um contributo positivo ao nível das apólices individuais (+0,2 p.p. em quota de mercado), ainda que afetado pela perda de quota no segmento grupo (menos 2,0 p.p. que 2020);
- Nos produtos de Responsabilidade Civil evidencia-se uma forte dinâmica comercial, levando a Fidelidade a reforçar a sua quota em mais 3,1 p.p., para 29,7% no final de 2021;

- O segmento Transportes contribuiu igualmente de forma positiva a registar um crescimento de quota de 2,3 p.p.

Quota de Mercado Segmentos Ramo Não-Vida⁹ (Unidade: %; Fonte: ASF)



POSICIONAMENTO NO MERCADO INTERNACIONAL

AMÉRICA LATINA

Em relação ao posicionamento no mercado segurador da América Latina, o Grupo Fidelidade consolidou em 2021 a sua posição¹⁰:

- **Perú:** 3.ª posição, tendo o Grupo La Positiva alcançado uma quota de mercado de 13,1%¹¹, alinhado com o resultado de 13,2% em 2020. No mercado dos ramos Não-Vida, a La Positiva Seguros apresentou a 4.ª maior quota, com 15,5%, e a La Positiva Vida também alcançou a 4.ª posição dos ramos Vida, com 11,0%.
- **Bolívia:** 1.ª posição, com uma quota de mercado de 21,6% no negócio Não-Vida e de 22,8% no negócio Vida, reforçando a posição de liderança no conjunto das seguradoras de capitais privados;
- **Chile:** 18.ª posição (operação iniciou atividade apenas em 2020);
- **Paraguai:** 9.ª posição (Alianza Garantia – negócio Não-Vida – mantém a sua posição no mercado com quota de mercado de 3,9%).

OUTRAS GEOGRAFIAS

O Grupo Fidelidade consolidou também a sua a posição em **África**. Em Moçambique, manteve-se em 2021 na 8.ª posição, com uma quota de mercado de 4,6%, representando um ligeiro aumento face a 2020 (4,2%)¹². Em Angola, atingiu-se uma quota de mercado de 8,0%, o que conferiu à operação a 4.ª posição no *ranking*¹³.

⁹ Quota do segmento automóvel inclui prémios relativos às coberturas de assistência e proteção jurídica

¹⁰ Fonte: Perú: SBS dezembro 2020 e novembro 2021; SUSALUD dezembro 2020, Bolívia: APS novembro 2021, Chile e Paraguai: BCP, Banco Central do Paraguai dezembro 2020.

¹¹ Incluiu La Positiva Seguros e La Positiva Vida.

¹² Fonte: Relatório Principais Indicadores Trimestrais (III Trimestre 2020) - ISSM (Instituto de Supervisão de Seguros de Moçambique). Exclui efeito de aquisição da SIM.

¹³ Fonte: Relatório do Mercado de Seguros, Fundos de Pensões e Mediação 2020 – ARSEG, setembro de 2021, p.41.

5.3 Desempenho Financeiro Consolidado

SUMÁRIO EXECUTIVO

Unidades: mil€	2021	2020	Var. 21/20
Resumo D. RESULTADOS			
Prémios emitidos	4.911.602	3.558.101	38,0%
<i>Vida</i>	2.628.513	1.425.399	84,4%
<i>Não-Vida</i>	2.283.089	2.132.702	7,1%
Rácio combinado (%) ¹	93,4%	89,8%	3,7 p.p.
Resultado Técnico	45.311	150.711	-69,9%
Yield de investimento (%)	3,5%	2,4%	1,1 p.p.
Resultado de Investimento ²	330.410	198.612	66,4%
Resultado Líquido ³	270.242	222.329	21,6%
Resumo BALANÇO			
AuM	18.099.943	17.472.093	3,6%
Ativo Total	20.350.385	19.297.206	5,5%
Provisões Técnicas	14.054.213	14.009.942	0,3%
Capital Próprio ⁴	3.054.714	3.111.005	-1,8%
ROE	8,8%	7,5%	1,3 p.p.

1. Rácio combinado Não-Vida ajustado aos custos técnicos da atividade seguradora; 2. Proveitos financeiros deduzidos da atribuição a clientes/juro técnico e despesas relativas à gestão de investimentos; 3. Após interesses minoritários; 4. Exclui interesses minoritários

Em 2021 o Grupo Fidelidade alcançou um volume consolidado de prémios emitidos no valor total de 4.911,6 milhões de euros, tendo registado um aumento global de 38% na sua atividade influenciado principalmente pelo ramo Vida em Portugal.

O rácio combinado registou um aumento face ao período homólogo motivado pela retoma de alguma normalidade na atividade económica com reflexo generalizado nas taxas de sinistralidade, tendo tido um impacto no resultado técnico que este ano ascendeu a 45,3 milhões de euros.

O resultado de investimento verificou um aumento de 66,4% atingindo 330,4 milhões de euros, influenciado pela realização de mais-valias em investimentos, quer em ativos financeiros, quer imobiliários.

A evolução favorável do resultado de investimento mais do que compensou a redução do resultado técnico, permitindo que o resultado líquido tenha atingido um aumento de 47,9 milhões de euros face ao resultado de 2020, para 270,2 milhões de euros.

De referir, ainda, que no final de 2021 o Grupo Fidelidade contava com 18,1 biliões de euros em ativos sob gestão, um acréscimo de 3,6% face a 2020 refletindo, sobretudo, o efeito da emissão de dívida subordinada, tendo as provisões técnicas registado um aumento de 0,3% face a 2020.

O capital próprio ascendeu a 3.054,7 milhões de euros, tendo o retorno médio sobre o capital acionista ("ROE") sido de 8,8%.

PRÉMIOS EMITIDOS**Prémios consolidados**

Unidades: mil€	2021	% Mix	2020	% Mix	Var. 21/20
Prémios Consolidados					
Prémios Vida¹	2.628.513	53,5%	1.425.399	40,1%	84,4%
<i>Risco e Anuidades</i>	443.081	16,9%	370.267	26,0%	19,7%
<i>Vida Financeiro</i>	2.185.433	83,1%	1.055.132	74,0%	107,1%
Não-Vida	2.283.089	46,5%	2.132.702	59,9%	7,1%
<i>Automóvel</i>	668.183	29,3%	659.628	30,9%	1,3%
<i>Saúde</i>	466.993	20,5%	435.265	20,4%	7,3%
<i>Incêndio e Outros Danos</i>	477.570	20,9%	432.622	20,3%	10,4%
<i>Acidentes de Trabalho</i>	312.145	13,7%	291.395	13,7%	7,1%
<i>Outros Não-Vida</i>	358.198	15,7%	313.792	14,7%	14,2%
TOTAL	4.911.602	100,0%	3.558.101	100,0%	38,0%

Breakdown Geográfico

Prémios Vida¹	2.628.513	100,0%	1.425.399	100,0%	84,4%
Portugal	2.277.607	86,7%	1.169.257	82,0%	94,8%
Internacional	350.906	13,3%	256.142	18,0%	37,0%
Não-Vida	2.283.089	100,0%	2.132.702	100,0%	7,1%
Portugal	1.604.564	70,3%	1.525.917	71,5%	5,2%
Internacional	678.524	29,7%	606.785	28,5%	11,8%
TOTAL	4.911.602	100,0%	3.558.101	100,0%	38,0%
Portugal	3.882.172	79,0%	2.695.174	75,7%	44,0%
Internacional	1.029.430	21,0%	862.927	24,3%	19,3%

1. Inclui contratos de investimento

Apesar das condições de mercado que marcaram o ano 2021, o negócio Vida registou um aumento de 84,4% face ao ano anterior, atingindo um montante de prémios de 2.628,5 milhões de euros, para o qual contribuiram a generalidade das geografias. Este crescimento foi muito alavancado pelo sucesso do produto Investimento Portugal/Global em Portugal (produção de Unit Link aumentou 231% face a 2020).

No ramo Não-Vida o Grupo Fidelidade cresceu 7,1% em 2021 para 2.283,1 milhões de euros, com desempenho positivo em todas as linhas de negócio. Em 2021 o ramo Não-Vida representou cerca de 46,5% do volume total de prémios emitidos, tendo 29,7% dos mesmos sido provenientes do negócio internacional.

As linhas de negócio que mais cresceram em 2021 foram Outros Não-Vida, Incêndio e Outros Danos, Saúde e Acidentes de Trabalho, com aumentos de 14,2%, 10,4%, 7,3% e 7,1%, respetivamente.

Prémios em Portugal

Unidades: mil€	2021	% Mix	2020	% Mix	Var. 21/20
Prémios Portugal					
Prémios Vida	2.277.607	58,7%	1.169.257	43,4%	94,8%
<i>Risco e Anuidades</i>	191.050	8,4%	188.646	16,1%	1,3%
<i>Vida Financeiro</i>	2.086.557	91,6%	980.611	83,9%	112,8%
Não-Vida	1.604.564	41,3%	1.525.917	56,6%	5,2%
<i>Automóvel</i>	512.610	31,9%	508.531	33,3%	0,8%
<i>Saúde</i>	380.478	23,7%	359.348	23,5%	5,9%
<i>Incêndio e Outros Danos</i>	276.100	17,2%	253.124	16,6%	9,1%
<i>Acidentes de Trabalho</i>	256.387	16,0%	246.176	16,1%	4,1%
<i>Outros Não-Vida</i>	178.990	11,2%	158.737	10,4%	12,8%
TOTAL	3.882.172	100,0%	2.695.174	100,0%	44,0%

Em Portugal, o Grupo Fidelidade registou um desempenho favorável na produção do ramo Não-Vida, crescendo acima da média do mercado português (5,2% face a 4,8% do mercado), para o qual contribuíram a generalidade das linhas de negócio.

No negócio Vida em Portugal, a Fidelidade registou igualmente um crescimento acima do mercado, traduzido num aumento de 94,8% influenciado pela performance positiva dos prémios do Vida Financeiro.

Ao nível da atividade Não-Vida, o ramo Outros Não-Vida e Incêndio e Outros Danos foram os que registaram o maior crescimento, tendo a produção total chegado a 179,0 e 276,1 milhões de euros, respetivamente. Também a salientar que as quotas de mercado da Fidelidade em Portugal aumentaram nestes dois ramos para 20,8% (vs 18,4% em 2020) e 27,4% (vs 26,6% em 2020), respetivamente.

Prémios do negócio internacional

A produção do negócio internacional atingiu 1.029,4 milhões de euros em 2021, tendo registado, à semelhança da atividade em Portugal, um crescimento face ao ano anterior relacionado tanto com a evolução do ramo Vida como com a evolução do ramo Não-Vida.

A atividade Não-Vida cresceu 11,8%, tendo o Chile (que iniciou a operação em janeiro de 2020), Espanha, França e Luxemburgo, sido as geografias que mais contribuíram para o aumento de 71,7 milhões de euros dos prémios internacionais Não-Vida.

Unidades: mil€	2021	% Mix	2020	% Mix	Var. 21/20
Prémios Internacional					
Prémios Vida	350.906	34,1%	256.142	29,7%	37,0%
<i>Risco e Anuidades</i>	252.031	71,8%	181.620	70,9%	38,8%
<i>Vida Financeiro</i>	98.875	28,2%	74.521	29,1%	32,7%
Não-Vida	678.524	65,9%	606.785	70,3%	11,8%
<i>Automóvel</i>	155.573	22,9%	151.097	24,9%	3,0%
<i>Saúde</i>	86.515	12,8%	75.916	12,5%	14,0%
<i>Incêndio e Outros Danos</i>	201.470	29,7%	179.498	29,6%	12,2%
<i>Acidentes de Trabalho</i>	55.758	8,2%	45.219	7,5%	23,3%
<i>Outros</i>	179.209	26,4%	155.055	25,6%	15,6%
TOTAL	1.029.430	100,0%	862.927	100,0%	19,3%

O ramo de Acidentes de Trabalho teve um crescimento muito acentuado (23,3%), impulsionado pelo negócio da Fidelidade no Perú, e o ramo Saúde registou um crescimento de 14,0%, influenciado principalmente pelo aumento da procura na subscrição de seguros de saúde durante a pandemia nos mercados da América Latina.

O ramo de Incêndio e Outros Danos teve igualmente um crescimento muito positivo (12,9%) também com origem nos mercados da América Latina.

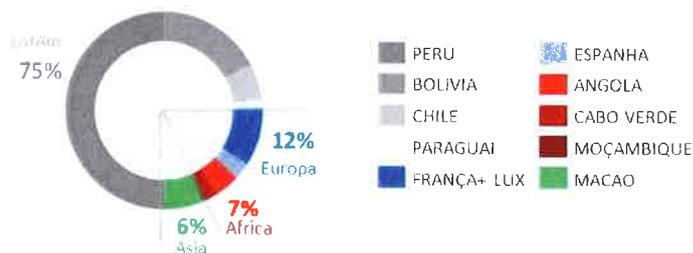
O ramo Vida Financeiro registou um crescimento de 32,7%. Destaca-se o crescimento em Vida Financeiro no negócio em Macau refletindo a oferta de taxas de rendimento competitivas em produtos capitalização de curto-prazo.

O ramo Vida Risco e Anuidades, que tem um peso importante no negócio da América Latina registou um crescimento significativo de 38,8% refletindo essencialmente aumento da procura nas apólices de vida nas operações da Bolívia e Perú durante a pandemia COVID-19. No Perú, destaca-se também o crescimento das anuidades vitalícias e privadas e vida individual.

Unidades: mil€		2021			2020			Var. 21/20
Prémios Internacional	%Vida	%NV	Total	%Vida	%NV	Total	%	
PERÚ	36%	64%	520.098	31%	69%	473.838	9,8%	
BOLÍVIA	44%	56%	172.100	31%	69%	129.231	33,2%	
FRANÇA+ LUX	31%	69%	98.864	38%	62%	84.994	16,3%	
ANGOLA	4%	96%	42.350	2%	98%	43.688	-3,1%	
MACAO	76%	24%	65.118	67%	33%	42.223	54,2%	
CHILE	0%	100%	61.624	-	-	32.394	90,2%	
ESPAÑA	12%	88%	27.894	23%	77%	19.053	46,4%	
CABO VERDE	15%	85%	16.750	14%	86%	15.044	11,3%	
PARAGUAI	4%	96%	14.524	6%	94%	12.190	19,1%	
MOÇAMBIQUE	1%	99%	10.109	1%	99%	10.272	-1,6%	
TOTAL	34%	66%	1.029.430	30%	70%	862.927	19,3%	

Em 2021, o negócio da América Latina representou 75% do negócio internacional da Fidelidade, Europa 12% África 7% e Ásia 6%.

Negócio Internacional: Distribuição Geográfica



RENTABILIDADE

Rácio combinado

(%)	2021	2020	Var. 21/20
Rácio Combinado			
CoR Consolidado	93,4%	89,8%	3,7 p.p.
Loss Ratio	64,9%	61,9%	3,0 p.p.
Expense Ratio	28,5%	27,9%	0,6 p.p.
CoR Portugal	93,0%	90,3%	2,7 p.p.
CoR Internacional	96,6%	88,2%	8,4 p.p.

Handwritten signature and initials.

O rácio combinado consolidado da Fidelidade situou-se em 93,4%, tendo aumentado 3,7 p.p. face ao ano anterior, refletindo, sobretudo, a normalização das taxas de sinistralidade na generalidade das linhas de negócio, mas com maior destaque para a linha de negócio de Saúde.

O acréscimo do rácio combinado verificou-se quer na atividade em Portugal (+2,7 p.p. face a 2020, para 93,0%), quer no negócio internacional onde se registou um aumento em 8,4 p.p. face a 2020, para 96,6%, refletindo maioritariamente a evolução da taxa de sinistralidade no negócio da América Latina.

Resultado Líquido

Unidades: mil€	2021	2020	Var. 21/20
Resultados			
Resultado Técnico	45.311	150.711	-69,9%
Resultado de Investimento	330.410	198.612	66,4%
Resultado Não Técnico	31.270	-43.980	171,1%
Resultado antes de Impostos	406.991	305.343	33,3%
Impostos e Interesses Minoritários	-136.750	-83.014	-64,7%
RESULTADO LÍQUIDO	270.242	222.329	21,6%

O resultado líquido registou uma evolução positiva em 2021, explicada pelo contributo do resultado de investimento e do resultado não técnico, refletindo, respetivamente, o contributo proveniente de valias realizadas em investimentos e da melhoria de resultado da operação hospitalar.

INDICADORES DE BALANÇO

AuM

Unidades: mil€	2021	Mix (%)	2020	Mix (%)	Var. 21/20
Ativos sob gestão (AuM)¹					
Tesouraria	951.255	5%	936.872	5%	1,5%
Obrigações	13.371.306	74%	13.090.984	75%	2,1%
Ações	968.008	5%	917.770	5%	5,5%
Imobiliário	2.276.353	13%	1.997.442	11%	14,0%
Imobiliário (uso próprio)	533.022	3%	529.024	3%	0,8%
Total AuM	18.099.943	100%	17.472.093	100%	3,6%
yield (%)	3,5%	-	2,4%	-	1,1 p.p.
RoTE (%)	10,9%	-	9,1%	-	1,8 p.p.

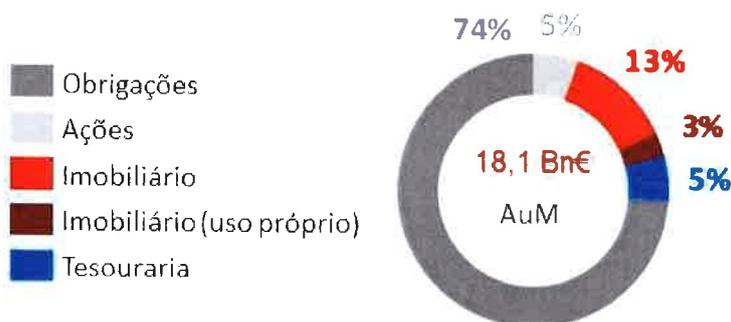
1. Os derivados e unidades de participação em fundos de investimento encontram-se distribuídos de acordo com os ativos com que estão relacionados.

Em 2021 a Fidelidade detinha ativos sob gestão no montante de 18,1 biliões de euros, tendo a rentabilidade média anualizada da carteira de investimentos atingido 3,5%, num contexto de taxas de juro muito reduzidas.

A Fidelidade possui uma estratégia de investimento prudente tendo um portfolio composto em 79% por títulos de dívida e tesouraria, 16% por imobiliário e 5% por ações.

Em 2021, deu-se continuidade à política de diversificação por classe de ativos e geografias, como forma de maximizar a rentabilidade com um adequado nível de risco face ao ambiente de reduzidas taxas de juro, tendo em consideração a otimização da estrutura de capital no âmbito do regime Solvência II.

Ativos sob Gestão ("AuM") 2021: Composição



Provisões Técnicas

Unidades: mil€	2021	Mix (%)	2020	Mix (%)	Var. 21/20
Provisões Técnicas					
Vida	11.227.249	80%	11.546.634	82%	-2,8%
Não-Vida	2.826.964	20%	2.463.308	18%	14,8%
Total	14.054.213	100%	14.009.942	100%	0,3%

As provisões técnicas em 2021 ascenderam a 14,1 biliões de euros, tendo evidenciado um ligeiro aumento de 0,3% face a 2020 influenciado pelo aumento das provisões do ramo Não-Vida, mais que compensando a diminuição das provisões do negócio Vida.

Capital Próprio

Unidades: mil€	2021	2020	Var. 21/20
Capital Próprio			
Capital Próprio c/ IM	3.618.980	3.571.456	1,3%
Interesses Minoritários ("IM")	564.267	460.452	22,5%
Capital Próprio s/ IM	3.054.714	3.111.005	-1,8%
ROE (%)	8,8%	7,5%	1,3 p.p.

Em 2021 o capital próprio, excluindo Interesses Minoritários, ascendeu a 3.054,7 milhões de euros tendo o retorno médio sobre o capital acionista (ROE) sido de 8,8%.

Dívida

Unidades: mil€	2021	2020	Var. 21/20
Dívida			
Dívida subordinada	501.054	-	-
Rácio dívida (%)	2,5%		

Em 2021, a Fidelidade emitiu, pela primeira vez, dívida subordinada nos mercados financeiros, permitindo a otimização da estrutura de capital da companhia. No final de 2021 o rácio de dívida subordinada sobre o total de ativos era de 2,5%.

5.4 Desempenho Financeiro Individual

NOTA PRÉVIA



As contas individuais da Fidelidade incluem o negócio segurador da Fidelidade - Companhia de Seguros, S.A. em Portugal e das suas sucursais em França, Luxemburgo, Espanha e Moçambique.

SUMÁRIO DOS RESULTADOS

Unidades: mil€	2021	2020	Var. 21/20
Resumo RESULTADOS			
Prémios emitidos	3.959.112	2.756.472	43,6%
Vida	2.311.992	1.211.156	90,9%
Não-Vida	1.647.120	1.545.316	6,6%
Rácio combinado (%) ¹	93,7%	90,0%	3,7 p.p.
Resultado Líquido	212.283	150.834	40,7%

1. Rácio combinado Não-Vida ajustado aos custos técnicos da atividade seguradora

Em termos individuais, a Fidelidade atingiu uma produção total de 3.959,1 milhões de euros em 2021, registando um aumento de 43,6% face ao ano anterior, principalmente impulsionada pela evolução do ramo Vida.

O negócio Vida registou uma produção de 2.312,0 milhões de euros, tendo aumentado 90,9% face ao período homólogo, acompanhando a tendência de mercado.

No ramo Não-Vida a Fidelidade individual cresceu 6,6% em 2021 beneficiando do desempenho positivo de todas as linhas de negócio.

O rácio combinado da Fidelidade individual situou-se em 93,7%, tendo registado um aumento de 3,7 p.p. face ao ano anterior, refletindo a retoma das taxas de sinistralidade para níveis pré-pandemia. De salientar que o ramo de Saúde e o de Acidentes de Trabalho foram aqueles que registaram maior aumento, refletindo o retomar dos tratamentos médicos adiados em 2020 e a menor severidade dos *lockdowns*. A melhoria significativa do resultado de investimento contribuiu para que o resultado líquido de 2021 aumentasse 40,7% face ao ano anterior.

SUMÁRIO DOS INDICADORES DE BALANÇO

Unidades: mil€	2021	2020	Var. 21/20
Resumo BALANÇO			
Ativo Total	16.694.316	16.277.509	2,6%
Provisões Técnicas	12.264.215	12.489.988	-1,8%
Capital Próprio	2.812.082	2.941.734	-4,4%

Em 2021 a Fidelidade Individual contava com Ativos no valor de 16,7 biliões de euros e provisões técnicas de 12,3 biliões de euros, tendo estas últimas diminuído 1,8% refletindo a evolução verificada nos produtos Vida Financeiro.

O capital próprio ascendeu a 2,8 biliões de euros, um decréscimo de 4,4% face ao ano anterior refletindo a devolução de 150 milhões de euros de prestações suplementares ao acionista maioritário.

5.5 Eventos Subsequentes

COMPRA DE 70% DA THE PROSPERITY COMPANY

A Fidelidade completou a aquisição de 70% do capital da The Prosperity Company AG, empresa que encabeça o grupo respetivo, depois de ter chegado a acordo com os acionistas maioritários e com a equipa de gestão no segundo semestre de 2021 e obtido as autorizações regulatórias necessárias. O Prosperity Group tem como principal atividade o desenvolvimento de produtos de poupança de longo prazo, assentes em soluções tecnológicas inovadoras, atuando para além da Suíça e Alemanha, onde tem a maioria dos seus clientes, também na Áustria, Itália e Liechtenstein. Com um total de 75 mil apólices e prémios brutos em 2021 de 200 milhões de euros, tem um volume de prémios globais comprometidos expectáveis de mais de 5.5 biliões de euros nos próximos anos.



5.6 Como vemos o Futuro

Para o ano de 2022 continua em perspetiva a incerteza quanto à evolução da situação pandémica no mundo e em Portugal. Não obstante, olhamos com otimismo para um ano que, apesar de tudo, se espera de recuperação da atividade económica, função do expectável progressivo levantamento de medidas restritivas, à medida que os níveis de imunização das populações vão sendo mais elevados.

As projeções para a economia portuguesa, em 2022, apontam para níveis de crescimento que permitirão regressar a valores de produto nacional pré-pandémicos¹⁴. No que concerne à economia a nível global, é expectável que esta cresça a um ritmo de 4,9%, e em particular, que Portugal e a América Latina cresçam 5,1% e 3,0%, respetivamente¹⁵.

Os prémios da atividade seguradora, em particular de Não-Vida, deverão seguir a tendência da restante economia e os produtos financeiros deverão continuar a beneficiar pela elevada taxa de poupança das famílias.

Não obstante, deve ser sublinhado que, no curto prazo, a atividade económica poderá ser condicionada por uma nova vaga de pandemia, assim como pelos problemas nas cadeias de fornecimento, que deverão continuar a pressionar a evolução de preços.

Em 2022, o Grupo Fidelidade continuará a ter como um importante eixo de atuação, a aceleração da sua transformação digital, procurando ultrapassar as limitações impostas pelas restrições de contacto presencial no contexto pandémico, capacitando os diferentes canais de distribuição com as ferramentas necessárias para vendas à distância.

Apesar da incerteza quanto ao futuro continuar a marcar a agenda, o Grupo Fidelidade deverá manter o foco nas suas iniciativas estratégicas, impulsionando a transformação em curso do negócio de Vida e continuar a promover soluções inovadoras em prol dos clientes nos vários ecossistemas em que atua.

Neste contexto, a Fidelidade continuará a lançar, através do seu parceiro bancário e dos restantes canais de distribuição, soluções de poupança e investimento inovadoras que permitam aos nossos clientes, não só um binómio risco-retorno atrativo no atual contexto macroeconómico, como também, opções de investimento diferenciadas e com enfoque na sustentabilidade. Naturalmente, o risco subjacente aos produtos oferecidos estará limitado ao posicionamento inerente das seguradoras, e em particular do Grupo Fidelidade, em oferecer segurança. Para tal, continuaremos a alavancar as competências de gestão de ativos internas, que se adquiriu ao longo de várias décadas a gerir as poupanças dos clientes, e que foram reforçadas com a aquisição da Tenax Capital e do grupo Prosperity, assim como as parcerias em vigor com instituições de gestores de ativos de relevância mundial.

Por outro lado, o conjunto de soluções inovadoras disponíveis no ecossistema Fidelidade, continuarão, em 2022, a ser alvo de forte dinamização. Destacam-se, naturalmente: o programa Vitality, de promoção de hábitos saudáveis; as aplicações Fidelidade Drive e Via Verde Smart Drive, de encorajamento a uma condução segura; a nova plataforma Fixo, de serviços e reparações domésticas; e a solução Alô para comunicação e assistência a clientes séniores, que reforçaram a proximidade do Grupo Fidelidade aos seus clientes. Será igualmente reforçada a oferta de produtos inovadores como o Fidelidade Pets, um seguro destinado aos animais domésticos com coberturas de saúde.

Por fim, a prioridade da expansão internacional continuará também a marcar a agenda, uma vez que o Grupo Fidelidade pretende posicionar-se como um *player* de referência nos mercados internacionais em que estiver

¹⁴ Boletim Económico Banco de Portugal – dezembro 2021.

¹⁵ IMF – World Economic Outlook – outubro 2021.

presente e construir um caminho de crescimento fora do seu mercado doméstico. Mantendo esta ambição, em 2022 o Grupo continuará a analisar oportunidades de entrada em novos mercados, que sejam atrativos e em que possa ter uma vantagem competitiva.

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is stylized and appears to consist of several connected loops and lines.

6. DEMONSTRAÇÃO NÃO FINANCEIRA



CUMPRIMENTO DE LEGISLAÇÃO E REGULAMENTAÇÃO

Toda a atividade do Grupo é norteada pelo cumprimento rigoroso das normas legais, regulamentares, éticas, deontológicas e de boas práticas.

Neste contexto, e em cumprimento do disposto no artigo número 508 G n.º2 do Código das Sociedades Comerciais, informa-se que:

i. Aplicação das normas de natureza ambiental

O Grupo está comprometido com a preservação do ambiente, traduzida não só no cumprimento das normas de natureza ambiental, mas também na promoção de comportamentos ambientalmente adequados.

ii. Aplicação das normas de índole laboral

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

iii. Aplicação das normas relativas à prevenção da corrupção

O Grupo está comprometido com o combate à corrupção e às tentativas de suborno, cumprindo escrupulosamente as regras vigentes nessas matérias.

DESCRIÇÃO DO MODELO EMPRESARIAL

Os elementos relativos ao modelo empresarial encontram-se descritos anteriormente neste documento, designadamente nos seguintes capítulos:

- Capítulo 2 – Quem Somos
- Capítulo 3 – O nosso Modelo de Negócio
- Capítulo 5 – Desempenho Financeiro

IMPLEMENTAÇÃO DE POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS

Os elementos relativos às políticas de recursos humanos encontram-se descritos anteriormente neste documento, designadamente no Capítulo 3.5 – As Nossas Pessoas.

PRINCIPAIS RISCOS E RESPETIVAS AÇÕES DE MITIGAÇÃO

As políticas do Grupo no domínio da gestão de riscos encontram-se descritas no Capítulo 4.2 – Como gerimos o risco, deste relatório.

7. APLICAÇÃO DE RESULTADOS



7.1 Proposta de Aplicação de Resultados

A Fidelidade encerrou o exercício de 2021 com um resultado líquido de € 212.282.911,15, apurado numa base individual de acordo com as normas contabilísticas aplicáveis.

O Conselho de Administração, em cumprimento do disposto no Código das Sociedades Comerciais, vem propor a seguinte aplicação:

Reserva Legal	€ 21.228.291,12
Remanescente à disposição da Assembleia Geral	€ 191.054.620,03

Lisboa, 22 de fevereiro de 2022



RELATÓRIO ÚNICO DE GESTÃO 2021

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Jorge Manuel Baptista Magalhães Correia

José Manuel Alvarez Quintero

Lingjiang XU

Lingjiang Xu

José João Guilherme

Francisco Ravara Cary

Francisco Cary

António Manuel Marques de Sousa Noronha

António M. S.

Rogério Miguel Antunes Campos Henriques

Wai Lam William MAK

André Simões Cardoso

André S. C.

Tao LI

Hui CHEN

Carlos António Torroaes Albuquerque

Andrew John Zeissink

Yulong PENG

Juan Ignacio Arsuaga Serrats