

Seguradora low cost já cumpriu metade do objectivo traçado até 2010

LOGO atinge 50 mil clientes e uma quota de mercado de 11,5%

- **A seguradora regista uma tendência de crescimento constante, quando o mercado do seguro automóvel decresce 10,2%. Quando comparado com o período homólogo, a LOGO registou em Maio um crescimento de 411,2%.**
- **LOGO contribui activamente para a poupança das famílias portuguesas, que poupam em média mais de 100 euros ao mudarem o seguro para a LOGO.**

A LOGO, a primeira seguradora directa low cost, conquista 50 mil clientes no decorrer dos primeiros 18 meses de actividade, confirmando mais uma vez o sucesso da sua estratégia de negócio bem como a tendência contínua de crescimento da operação, tendo registado em Maio um crescimento de 411,2%, quando comparado com o período homólogo.

José Pedro Inácio, director-geral da LOGO revela que: **“Em menos de dois anos contamos já com 11,5% de quota de mercado das seguradoras directas. A LOGO tem vindo a crescer a um ritmo contrário ao mercado – que está a decrescer 10,2%, o que significa que cada vez mais pessoas preferem a LOGO em detrimento das outras directas já instaladas neste mercado.”**

A confirmação da preferência dos portugueses é a perda de carteira por parte das duas seguradoras directas de maior referência no mercado, com -6% e -15% cada. O valor total da carteira da LOGO é de 3, 415 milhões de euros em prémios brutos emitidos (até Maio 2009).

A seguradora low cost reitera assim os seus objectivos traçados a quando do seu lançamento: atingir 100 mil clientes e 20% de quota até ao final de 2010. **“A esta altura vemos validada a nossa proposta de valor que, tendo em conta os indicadores de**

crescimento verificados, seguramente veio trazer uma oferta diferente ao mercado dos seguros, cada vez mais relevante para as pessoas, que valorizam a desburocratização e simplificação dos serviços” destaca José Pedro Inácio. A superioridade tecnológica e a simplificação de processos mantem-se como uma vantagem competitiva única no mercado que permite à LOGO ser um *player* de relevo no canal directo, no curto prazo.

O perfil dos clientes dita o sucesso da estratégia da empresa, uma vez que 70% vêm do canal tradicional e são clientes que procuram, por um lado, a poupança e, por outro, um serviço mais ágil, mais rápido ao melhor preço, com as soluções que melhor respondem ao seu estilo e ritmo de vida. A confirmar, estão os mais de 30% de clientes que subscrevem os serviços da LOGO via internet.

Em média os clientes que mudam para a LOGO poupam mais de 100 euros no seu seguro, tendo um serviço de excelência. As famílias começam a perceber que existem soluções credíveis que permitem pagar bastante menos mantendo as mesmas garantias.

O cliente LOGO tem entre 25 e 45 anos e está nos grandes centros urbanos de Lisboa e Porto, com alguma presença também na faixa Litoral (de Norte a Sul). Lisboa é o distrito que regista uma maior penetração. Mais de 50% dos clientes são da região da Grande Lisboa.

SOBRE A LOGO

A LOGO é primeira seguradora directa *Low Cost* que iniciou a sua actividade em Janeiro de 2008, com vista a disponibilizar serviços e produtos do ramo Não Vida exclusivamente através da internet e telefone. A Seguros LOGO, SA, empresa do GES – Grupo Espírito Santo.

Para mais informações, contacte:

Parceiros de Comunicação
21 892 28 50

Teresa Barão da Cunha | 915 192 876
teresa.cunha@parceirosdecomunicacao.pt

Vera Martins | 934454672
vera.martins@parceirosdecomunicacao.pt