

Com 15% de quota em termos de prémios

## **LOGO atinge objectivo de 55 mil clientes antes do final do ano e antecipa metas estratégicas**

- **A seguradora low cost superou o objectivo para este ano: conta já com mais de 60 mil clientes e uma quota de mercado em termos de prémios de quase 15%.**
- **No 3º Trimestre de 2010 conta chegar aos 100 mil clientes e a uma quota de mercado de 20%, antecipando o seu objectivo a três anos traçado no lançamento da actividade (e que estava previsto ser atingido só no final do próximo ano).**
- **Até ao final de 2009 a LOGO vai lançar novos produtos e entrar em novos segmentos de mercado.**

A LOGO, primeira seguradora low cost em Portugal, superou as suas expectativas em relação aos objectivos traçados para este ano. A LOGO previa fechar 2009 com 55 mil clientes. Esta meta foi já ultrapassada, uma vez que no final de Setembro a LOGO conta com mais de 60 mil clientes e uma quota de mercado em termos de prémios de quase 15%.

A seguradora low cost continua com um forte ritmo de crescimento, o que permite antecipar os objectivos traçados para 2010. **“A LOGO conta alcançar os 100 mil clientes e uma quota de mercado de 20% no terceiro trimestre de 2010, quando as nossas expectativas iniciais apontavam para que esta meta só fosse alcançada no final do próximo ano”**, revela José Pedro Inácio, director-geral da LOGO, que destaca também o facto de que a LOGO cresce e ao mesmo tempo regista um alto nível de satisfação dos seus clientes. **“Contamos com uma taxa de renovação dos contratos superior a 80%, o que significa que os clientes estão satisfeitos e por isso nos demonstram uma elevada fidelização”**.

## Reforçar a oferta e entrar em novos segmentos de mercado

A LOGO prepara-se para dar novos passos no sentido do reforço da sua oferta ao mercado sobretudo nos seguros Auto, onde anuncia três novidades:

- Passa a disponibilizar seguros para veículos comerciais ligeiros para utilização particular;
- Cria um novo produto de ‘terceiros’ com Furto / Roubo;
- Introduce coberturas inovadoras próprias dos seguros ‘contra todos’, mas aplicadas nos seguros de ‘terceiros’ com indemnização adicional nos casos de responsabilidade de terceiros.

Paralelamente, até final de 2009 e durante 2010, a LOGO irá lançar novos produtos, em novos segmentos de mercado, que lhe permitem posicionar-se cada vez mais como a seguradora de referência de um cliente urbano de 25-45 anos.

De forma a reforçar a proximidade ao seu target, a LOGO, para além do lançamento de novos produtos, vai dar mais um passo na sua comunicação, juntando novos elementos visuais que vão de encontro ao seu público-alvo, reforçando as características diferenciadoras da sua proposta de valor de Simplicidade, mudando a sua assinatura para: “Simples, logo Seguro”.

## 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, é uma 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](mailto:teresa.cunha@parceirosdecomunicacao.pt)

**Vera Martins** | 93 445 46 72  
[vera.martins@parceirosdecomunicacao.pt](mailto:vera.martins@parceirosdecomunicacao.pt)