

**Oferta 3 em 1 nos seguros low cost****“Triple Play” de seguros é na LOGO*****Saúde, Auto e Casa juntos permitem maior poupança nos seguros***

A LOGO, a primeira seguradora direta *low cost*, arranca o ano de 2013 com uma oferta única e inovadora no mercado de seguros diretos. A campanha ‘LOGO Triple Play’ junta numa só oferta os três seguros essenciais para as famílias portuguesas – saúde, auto e casa -, permitindo às famílias aumentar o nível de poupança nos seguros.

A poupança média é superior a 160 euros (em média, mais de 100 euros no seguro auto; 40 euros no seguro saúde; e 20 euros no seguro casa - de acordo com uma amostra de 80 clientes que mudaram para a LOGO, em dezembro de 2012). **“A LOGO tem uma oferta única e com valor para os clientes”** destaca José Pedro Inácio, diretor-geral da seguradora.

Com a campanha ‘Triple Play’, a LOGO reforça assim a sua proposta de valor: **“Poupar com toda a confiança, de forma simples e sem perder coberturas, é a oferta da LOGO para as famílias portuguesas”** destaca José Pedro Inácio, que acrescenta **“Num ano em que o contexto económico é muito difícil e de forte contenção para as famílias, com perda real de poder de compra e aumento considerável do custo de vida, reavaliar e mudar de seguros é fundamental. Nos tempos que correm, optar por soluções low cost, como a LOGO, no caso dos seguros, que oferecem todas as garantias de qualidade e onde se poupa sem perder contrapartidas, é sem dúvida a escolha inteligente”**.

A empresa, que vai celebrar o seu 5º Aniversário ainda no mês de janeiro, inicia 2013 com mais de 100 mil clientes e uma quota de mercado em prémios de cerca de 22%, consolidando ainda a 2ª posição na recordação das seguradoras diretas em Portugal.

**“O rápido crescimento da LOGO, vem comprovar que os seguros *low cost*, direcionados para servir o cliente de forma simples e rápida, sem complicações ou**

**burocracias, e com elevada conveniência, vieram preencher uma necessidade no mercado dos seguros em Portugal”** reitera José Pedro Inácio.

Com a LOGO os clientes podem consultar 24 por dia, 365 dias por ano o site da LOGO e a sua área privada, para obter informações sobre dados da apólice, pagamento de prémios, rede de prestadores de saúde, etc, com toda a simplicidade e rapidez, e sem necessidade de qualquer papel.

### **‘Triple Play’: os três seguros LOGO**

#### **LOGO Saúde**

O seguro de saúde da LOGO, o primeiro a poder ser inteiramente subscrito pela internet (e o único disponibilizado entre os concorrentes diretos), é um produto modular, que permite ao cliente escolher, de forma simples e independente as coberturas de acordo com as necessidades de cada uma das pessoas seguras abrangidas (com exceção da especialidade Médico em Casa, incluída em todas as apólices), pagando apenas o que realmente precisa. As restantes coberturas disponíveis são Internamento (com opção de consultas e parto), Complemento de Internamento, Dentista (Estomatologia), Oftalmologista e Bem Estar.

Sem franquias associadas, e com um período de carência mínimo em apenas algumas coberturas (genericamente, apenas 30 dias em consultas e 300 dias para cirurgias e parto, e apenas em Internamento e Complemento de Internamento), a subscrição do seguro pode ser individual ou para o agregado familiar - com descontos a partir da 2ª pessoa segura. Os clientes terão acesso às especialidades cobertas através da qualidade da rede da Advancecare, com mais de 14 mil prestadores de saúde e sem necessidade de qualquer reembolso (sem papéis e sem necessidade de esperar para receber o dinheiro do seguro), e ainda através dos serviços prestados e garantidos pela EuropAssistance.

#### **LOGO Casa**

O ‘LOGO Casa’ é um seguro de proteção global da casa, oferecendo cobertura do imóvel e/ou do recheio da habitação, quer se trate da habitação principal ou da habitação secundária (p.ex., uma casa de férias). É um seguro que se destina tanto a proprietários (permitindo segurar o imóvel e o recheio), como a senhorios (permitindo segurar apenas o imóvel), como ainda a inquilinos (permitindo segurar apenas o recheio, bem como os bens do senhorio em opção). Em simultâneo, o ‘LOGO CASA’ permite dar cumprimento legal à obrigação de deter um seguro contra incêndio num imóvel em propriedade horizontal, obrigação desconhecida de muitos.

O produto caracteriza-se pela adoção da filosofia LOGO ('LOGO way'), ou seja, pela sua simplicidade e facilidade de compreensão e subscrição – bastando, por exemplo, apenas indicar o número de assoalhadas e a zona; e o valor de capital pretendido para o recheio (escolhendo de entre três opções: 25 mil, 50 mil e 100 mil euros), sem necessidade de declarar qualquer objeto específico ou de enviar fotografias ou faturas.

No que respeita às coberturas, a LOGO oferece aos seus clientes coberturas diferenciadoras numa solução completa que contempla: Danos Graves, Furto/Roubo, Danos Menores, Apoio ao Sinistro, Assistência ao Domicílio, Responsabilidade Civil, Fenómenos Sísmicos (opcional), Danos em Bens do Senhorio (opcional), Equipamento Eletrónico (opcional).

## **LOGO Auto**

No primeiro seguro lançado pela LOGO, o cliente tem disponível quatro pacotes de Seguro Auto – LOGO Light, LOGO Topping, LOGO Safe e LOGO Max – direcionados para diferentes segmentos. Todos os pacotes incluem coberturas de responsabilidade civil e “assistência jurídica”, bem como assistência em viagem. Contudo, cada pacote tem condições específicas, tendo em conta o segmento a que se destina:

O pacote LOGO Light - dirigido a pessoas que têm um seguro por imposição legal, por isso querem pagar o mínimo possível;

O pacote LOGO Topping - dirigido a pessoas que querem um seguro mais amplo, mas que não valorizam os danos próprios (nomeadamente para viaturas usadas). Inclui a cobertura de proteção a ocupantes e condutor e tem ainda outras coberturas em opção;

O pacote LOGO Safe - dirigido a pessoas que têm um seguro “contra todos os riscos” por imposição de Leasing/ALD, mas que querem pagar o mínimo possível. É o único seguro do mercado que tem coberturas desenhadas para este tipo de necessidade).

O pacote LOGO Max - dirigido a pessoas que querem ter uma cobertura completa (nomeadamente para viaturas novas ou recentes), engloba todas as coberturas importantes.

Adicionalmente, a LOGO disponibiliza um produto para veículos de 2 rodas, o **LOGO Moto**.

## **SOBRE A LOGO**

A LOGO é a primeira seguradora direta *low cost* que iniciou a sua atividade 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.

A LOGO, atualmente, conta com mais de 100 mil clientes e uma quota de mercado em prémios de cerca de 22% (dados do final de 2012), disponibilizando seguros de automóvel, casa e saúde.

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, sendo que mais de 50% dos clientes são da região da Grande Lisboa.

*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)