

Disponibilizando Seguros de Viagem

Fidelidade estabelece parceria com a NOS

Processo de adesão e gestão da contratação do seguro de viagem é totalmente digital e pagamento é realizado através da fatura de telecomunicações.

Lisboa, 02 de novembro de 2021 - A Fidelidade e a NOS estabeleceram uma parceria que permitirá aos clientes da operadora a possibilidade de acederem, no imediato, a um seguro de viagem da Fidelidade através da App NOS. O lançamento deste produto, é um primeiro passo na construção de uma proposta de valor mais abrangente para os clientes de ambas as empresas.

Com adesão e gestão exclusivamente digital, o seguro de viagem, contratado ao dia inclui coberturas, como despesas médicas no estrangeiro, assistência em viagem, aconselhamento médico por vídeo-consulta, proteção COVID-19, despesas de tratamento em Portugal, consulta de viajante, acesso ao Lounge de determinados aeroportos selecionados em caso de atraso de voo, entre outras.

O seguro permite ainda contratar como coberturas opcionais a indemnização por danos causados à bagagem acompanhada, bem como o reembolso de despesas pagas em caso de cancelamento ou redução de viagem, em caso de interrupção da viagem e por atraso da transportadora.

Para Sérgio Carvalho, Diretor de Marketing da Fidelidade, “com o lançamento deste seguro de viagem, a Fidelidade reforça a sua parceria com a NOS, com o objetivo de contribuir com melhores e inovadoras soluções de seguros para a população, disponibilizando um seguro de viagens abrangente e com acesso simples e intuitivo”.

Com o objetivo de disponibilizar um controlo simplificado e maior comodidade, o pagamento do seguro de viagem, que terá um custo a partir de 1,49 euros ao dia (com impostos incluídos), por pessoa segura, será integrado na fatura de telecomunicações do cliente.

Sobre a Fidelidade

Fundada em 1808, a Fidelidade é a seguradora líder de mercado em Portugal, nos ramos vida e não vida, com uma quota total de 25,5% em 2019, estando presente em Angola, Cabo Verde, Moçambique, Espanha, França, Macau, Perú, Bolívia, Paraguai e Chile.

Com 2,3 milhões de clientes em Portugal e mais de 7 milhões em todo o mundo, a Fidelidade conduz a sua atividade com uma estratégia de “Customer Centric Approach” e, através de uma rede de distribuição e canais de elevada dimensão e capilaridade, garante aos consumidores, uma experiência integrada e personalizada, independentemente do canal utilizado.

A Fidelidade é guiada por valores que a definem desde sempre: experiência, inovação, superação e proximidade e, já este ano, foi reeleita Escolha do Consumidor na categoria de “Seguradoras”, “Marca de Confiança” e Seguradora mais Reputada em Portugal.

Apoiar o desenvolvimento e a construção de uma sociedade sustentável é parte essencial da sua política de Responsabilidade Social, que é consubstanciada no Programa Fidelidade Comunidade, que distingue entidades que trabalham nas áreas do envelhecimento, prevenção em saúde e inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade.