

LISBOA, 14 DE MARÇO DE 2014.

A Fidelidade foi eleita pelos consumidores portugueses Marca de Confiança 2014 das Selecções do Reader's Digest na categoria Seguradoras. A Fidelidade, eleita pela décima terceira vez, reuniu 32% das preferências, mais do dobro que a seguradora classificada na segunda posição.

Qualidade, Relação Custo/Benefício, Imagem, Perceção das Necessidades do Cliente e Socialmente Responsável são os padrões em análise pelos consumidores que participaram no estudo.

Jorge Magalhães Correia, presidente da Fidelidade, considera que “esta distinção é muito importante porque avalia padrões relevantes para o nosso desempenho, sendo de salientar que do total de consumidores que participaram no estudo 67% são nossos clientes e 57% não hesita em recomendar a Fidelidade. É o reconhecimento do nosso esforço contínuo para aumentarmos a qualidade dos nossos serviços e produtos, mas também em procurar soluções inovadoras para os nossos Clientes”.

O estudo da Selecções do Reader's Digest revela ainda que os fatores que os consumidores mais valorizam na eleição de uma marca de confiança são a oferta de serviços e produtos de grande qualidade e um bom atendimento e serviço. Fatores que reúnem 86% das preferências, seguidos da fiabilidade da marca com 84%.

Sobre a Fidelidade

A Fidelidade é a seguradora líder de mercado em Portugal, tanto no ramo vida como não vida, registando uma quota de mercado de cerca de 30%. A companhia está presente nos vários segmentos de negócio da atividade seguradora e beneficia da maior rede em Portugal, marcando presença em vários países, nomeadamente Angola e Cabo Verde.