

Nova campanha da empresa explora o hábito do brasileiro de acreditar em superstições e reforça as N possibilidades que o Nu oferece para ter ainda mais tranquilidade no dia a dia

Muita gente se protege com velas e cristais, mas apenas 11% da população tem um seguro de celular, de acordo com uma pesquisa do IBGE, e apenas 15% possui um seguro de vida, de acordo com um estudo da FenaPrevi. É com esse mote que o Nubank anuncia a sua nova campanha de marketing, que explora o hábito e a crença da população em superstições, para falar do tema de seguros. Em uma ação no Parque Ibirapuera, a marca irá instalar uma máquina de prêmios, as chamadas vending machines, com amuletos de proteção utilizados por muitos brasileiros mais supersticiosos.

Quem estiver passeando pelo parque no dia 19 de agosto poderá jogar o quiz da máquina, descobrir qual o seu perfil e receber brindes místicos do Nu. A ativação tem o propósito de expandir o conhecimento das pessoas sobre a importância de ter um seguro de forma inovadora e divertida. De acordo com uma pesquisa da Susep, apenas 17% da população do país tem algum tipo de seguro, e 40% nunca teve nenhum. A ideia é conscientizar sobre como ter mais tranquilidade financeira em momentos de imprevistos.

“Sabemos que cada um tem um jeito de se proteger, incluindo seus próprios rituais, mas queremos apresentar novas possibilidades para que as pessoas não contêm somente com a sorte. Com essa nova campanha, queremos ampliar a percepção de que ter um seguro não é somente uma despesa, mas sim um investimento para proteger o seu futuro. De forma leve, vamos expandir as conversas sobre o tema para trazer mais conhecimento à população sobre a importância dos seguros”, comenta Juliana Roschel, diretora de marketing do Nubank.

Portfólio de seguros

Desde que anunciou sua entrada no segmento de seguros com o lançamento do [Nubank Vida](#), o Nubank tem ampliado o seu portfólio em novas categorias, com o [Nubank Celular Seguro](#), [Nubank Auto](#), [Nubank Parcela Segura](#) – que oferece proteção a empréstimos pessoais, [Nu Vidas Juntas](#) – programa de seguro de vida que permite ao segurado presentear outro cliente com apólice individual, e o [Nubank Lar Seguro](#), anunciado na semana passada pela empresa.

Todas as opções estão disponíveis para os clientes elegíveis do Nu e podem ser contratadas por meio do app, de forma personalizável, 100% digital e sem burocracia.

Serviço da ativação:

- **Data:** 19 de agosto de 2023
- **Horário:** das 11 às 18h
- **Local:** Parque Ibirapuera - Portão 7 (próximo a serralheria)

Fonte: Nubank, em 17.08.2023.