InIciativa da insurtech vai transformar um dos maiores eventos esportivos do mundo em uma ferramenta de relacionamento com corretores, e garante um superbônus especial caso o Brasil conquiste o hexacampeonato



A Copa do Mundo de 2026 começa oficialmente em junho, mas seus impactos já começam a ser sentidos em diferentes setores da economia. Segundo pesquisa da CNDL e SPC Brasil, cerca de 99,2 milhões de consumidores pretendem realizar compras relacionadas ao mundial, e o fenômeno não se limita ao varejo. No mercado de seguros, que movimentou R$78,8 bilhões em prêmios de pessoas apenas em 2025, de acordo com a Fenaprevi, a competição também é uma janela de engajamento. A Azos, insurtech especializada em seguro de vida, lança a campanha 'Vem Ser Hexa na Azos', que transforma o desempenho da Seleção Brasileira em incentivo comercial progressivo para sua rede de mais de 12 mil corretores parceiros.

A iniciativa funciona dentro do Multiplicazos, programa de incentivo da companhia voltado ao canal corretor. A lógica é simples: quanto mais longe o Brasil chegar na Copa, maior o bônus pago sobre a primeira fatura de cada novo contrato fechado, a partir da data de início da campanha. Na fase inicial, que contempla a fase de grupos e o primeiro jogo eliminatório do Brasil, o ganho total do corretor (bônus + comissão) chega a 350% sobre o prêmio de cada apólice vendida para novos clientes. Ou seja: a cada R$1.000 em novas vendas elegíveis, o corretor recebe R$3.500.

Além do incentivo financeiro, a campanha estrutura uma estratégia de engajamento ao longo de toda a competição a partir da figura do 'Técnico da Azos', papel assumido por André Rezende, Head de Treinamento e Experiência de Corretores da Azos, durante o torneio. A proposta é acompanhar cada fase da Copa com análises táticas, orientações comerciais, conteúdos de ativação pré e pós-jogo e interações em tempo real conectadas ao desempenho da Seleção.

"A ideia foi trazer para a campanha a energia que existe em uma Copa do Mundo. Torcer pela Seleção fica ainda mais especial quando cada vitória do Brasil também representa uma oportunidade de ganho para o corretor. O Brasil ganha em campo e o corretor ganha com a Azos. Vamos acompanhar cada fase do torneio junto dos corretores com conteúdos, análises e ativações conectadas ao desempenho da Seleção. Queremos criar uma experiência que une informação, relacionamento e oportunidade de negócios ao longo da competição", afirma Giovani Borges, Diretor de Growth da Azos.

Duas regras centrais definem como a campanha funciona. A primeira é em relação aos bônus progressivos, que valem exclusivamente para vendas a novos CPFs, clientes que ainda não possuem apólice na Azos. Para a carteira já ativa, o comissionamento segue o teto padrão do Multiplicazos, em 300%. Já a segunda está relacionada ao bônus de cada fase, que é desbloqueado no dia seguinte ao jogo, conectando diretamente o resultado da Seleção ao retorno financeiro do corretor. Os bônus não são retroativos, são válidos apenas para as vendas realizadas durante o período daquela fase. Se o Brasil for eliminado, a campanha se encerra automaticamente no dia seguinte ao último jogo disputado pelo Brasil.

A iniciativa reflete uma tendência crescente no setor segurador: a busca por modelos de incentivo que vão além da comissão padrão. Em um mercado em que o volume de contratações de corretores cresceu 34% nos últimos 12 meses, segundo dados do Portal Salário com base no CAGED, a competição por engajamento e fidelização de canais tornou-se tão estratégica quanto a disputa por clientes finais. Campanhas que combinam premiação, reconhecimento e pertencimento têm mostrado resultados mais duradouros, e a Copa do Mundo, como o maior evento de engajamento coletivo do planeta, é um momento estratégico para fortalecer os corretores.

Segundo Rafael Cló, CEO da Azos, iniciativas como essa refletem uma transformação mais ampla no relacionamento entre seguradoras e canais de distribuição. "O corretor continua sendo o principal motor de crescimento do mercado de seguros. Criar ações que vão além do incentivo comercial e contribuam para fortalecer relacionamento, reconhecimento e engajamento é fundamental. Iniciativas como essa ajudam a construir uma rede mais próxima e conectada ao nosso propósito de ampliar o acesso à proteção financeira no país", conclui.

Sobre a Azos
A Azos é uma insurtech, empresa de tecnologia que atua no segmento de seguros, que oferece apólices de seguro de vida com coberturas que podem chegar a R$5 milhões sem a necessidade de exames ou relatórios médicos, no processo de subscrição. Por meio de um sistema de inteligência artificial desenvolvido com tecnologia proprietária, a empresa realiza a subscrição e emite apólices em 30 segundos ou em até um dia útil. Com mais de R$350 milhões captados em investimento de alguns dos principais fundos de venture capital do mundo, a Azos tem, atualmente, mais de 12 mil corretores parceiros, mais de R$110 bilhões em capital segurado e milhões de reais pagos em sinistros de seguros oferecidos pela empresa.

Fonte: NR7, em 02.06.2026