Ação garante um ano de cobertura grátis e pode ampliar a garantia do produto por até quatro anos



Em um ano em que o futebol volta a ocupar o centro das atenções dos brasileiros, a Zurich Seguros lança uma nova campanha para ampliar a proteção de Smart TVs por meio da garantia estendida. A ação oferece **um ano adicional de cobertura grátis** aos consumidores que contratarem 24 meses de proteção. Somada à garantia original do fabricante, a proteção total do produto pode chegar a quatro anos, acompanhando o consumidor até o próximo Mundial de Futebol.

A iniciativa contempla exclusivamente novas Smart TVs adquiridas até 19 de julho em lojas físicas, e-commerce e aplicativos dos varejistas participantes.

A campanha conecta um período de maior mobilização em torno das transmissões esportivas ao uso cada vez mais presente da Smart TV nos lares brasileiros, como ponto de acesso a entretenimento, informação, streaming, games e conteúdos ao vivo. Ao ampliar a cobertura do produto, a Zurich busca oferecer mais tranquilidade ao consumidor, reforçar a importância da proteção para bens de maior valor agregado e preservar o investimento feito em um dos equipamentos mais presentes na rotina da população.

“Os grandes momentos do futebol costumam reunir famílias e amigos em torno da TV. Transformamos esse momento de mobilização em um benefício concreto para o consumidor, oferecendo um ano adicional de cobertura para quem contrata a proteção de 24 meses. Isso está alinhado à nossa visão de desenvolver soluções a partir das necessidades reais dos nossos clientes”, afirma Ricardo Vianna, diretor Comercial de Parcerias da Zurich Seguros.

Além do benefício promocional, a campanha também reforça a atuação da Zurich no segmento de afinidades, em que combina experiência em garantia estendida, força no varejo e relacionamento com grandes redes para ampliar o acesso dos consumidores a soluções de proteção. De acordo com dados da Susep, no primeiro trimestre de 2026, a arrecadação do seguro de garantia estendida chegou a mais de R$ 1 bilhão, com crescimento de 11,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. No mesmo intervalo, a Zurich avançou 14,6%, desempenho acima da média do

mercado e em linha com sua posição de liderança no segmento.

À medida que a tecnologia ganha cada vez mais espaço na rotina das famílias, cresce também a preocupação dos consumidores em proteger produtos que representam investimentos importantes. Para Ricardo, essa transformação reforça a necessidade de acompanhar as novas formas de consumo e as expectativas dos clientes.

“Queremos oferecer soluções simples e acessíveis, proporcionando uma jornada de contratação descomplicada e uma cobertura que permanece ao lado do consumidor mesmo depois da compra, garantindo mais tranquilidade ao longo da vida útil do produto”, complementa o executivo.

Fonte: Fato Relevante, em 11.06.2026