

Magalu lança sua tecnologia de AI commerce: o WhatsApp da Lu

Empresa é a primeira no mundo a realizar 100% do processo de venda – da recomendação personalizada e escolha dos produtos ao pagamento – dentro do aplicativo mais popular do Brasil

Aplicação da Inteligência Artificial no relacionamento com os clientes é um dos pilares do novo ciclo estratégico do Magalu



São Paulo, 5 de novembro de 2025. O Magalu acaba de se tornar a primeira grande empresa de varejo do mundo a oferecer uma funcionalidade que permite que os clientes realizem todo o processo de compra por WhatsApp – da recomendação de produtos, baseada nos desejos e necessidades individuais, ao pagamento e pós-venda. A utilização do WhatsApp da Lu – funcionalidade baseada em inteligência artificial – foi liberada, em uma primeira fase, para 1 milhão de clientes recorrentes do Magalu, com um histórico de compra mínimo de 10 produtos por ano. Até o final de 2025, toda a base de mais de 30 milhões de consumidores ativos da empresa poderá buscar, se informar, escolher, pagar e acompanhar o processo de entrega de produtos sem sair do WhatsApp da Lu, do Magalu.

“Após uma combinação de muita pesquisa e um intenso ciclo de desenvolvimento ao longo do último ano, conseguimos oferecer uma solução inédita, de ponta a ponta”, diz André Fatala, vice-presidente de plataformas digitais do Magalu. “Na prática, graças ao avanço da inteligência artificial, cada cliente será atendido como se fosse único. A Lu entende suas

necessidades, seus gostos pessoais, o quanto e como ele quer pagar e oferece o produto mais adequado, de forma rápida e intuitiva.”

Para isso, a Lu, em sua versão AI commerce, acessará todo o catálogo de produtos do Magalu (1P) e dos 300 000 sellers do marketplace (3P). São mais de 37 milhões de anúncios publicados. A interação do cliente poderá ser feita por texto, voz ou mesmo com o envio de imagens – exatamente como acontece na comunicação por WhatsApp feita por seres humanos. O pagamento, por Pix ou cartão de crédito, é feito dentro da conversa, sem que o cliente seja transferido para um site ou app, o que acelera o processo de compra e reduz a fricção.

“Nosso time, juntamente com nossos parceiros, trabalhou para chegar a uma funcionalidade de AI commerce que fosse além de um apoio para a compra num canal convencional”, afirma Caio Gomes, diretor de dados e inteligência artificial do Magalu. “Desde o início, queríamos criar uma vendedora excepcional, que conhece profundamente cada cliente e cada produto e que consegue fazer a ligação perfeita entre eles, com o calor humano que caracteriza a nossa cultura corporativa.”

O desenvolvimento do WhatsApp da Lu foi feito pelo time do Luizalabs, vertical de tecnologia do Magalu, em parceria com a Meta, dona do WhatsApp, e o Google. O sistema foi construído totalmente de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados: nenhuma informação sensível é guardada e os dados armazenados seguem o padrão de segurança de privacidade já estabelecido pelo Magalu.

A jornada de compra conversacional

O WhatsApp foi escolhido como plataforma conversacional da primeira experiência de IA Commerce do Magalu por sua gigantesca aceitação e utilização entre os brasileiros. O app da Meta, atualmente, está instalado em 98% dos celulares em funcionamento e é o mais usado no país, segundo a pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box, divulgada em março de 2024.

“O lançamento do WhatsApp da Lu representa um avanço significativo na aplicação de inteligência artificial ao varejo digital brasileiro. A parceria entre Magalu e Meta demonstra como a colaboração tecnológica pode criar soluções inovadoras, capazes de transformar a jornada de compra e aproximar ainda mais empresas e consumidores”, afirma Conrado Leister, vice-presidente e diretor-geral da Meta no Brasil. “Estamos orgulhosos de contribuir para esse projeto pioneiro, que reforça o potencial do WhatsApp como plataforma estratégica para negócios.”

A conta da Lu no WhatsApp, lançada em 2018, já é usada recorrentemente por uma base de 15 milhões de clientes, que – até agora – podiam acompanhar suas compras feitas em outros canais do Magalu.

Para iniciar o processo de compra conversacional, nesta primeira fase do lançamento, o cliente precisa receber um convite diretamente na conta da Lu no WhatsApp. Apenas usuários com conta já criada no site ou app do Magalu conseguem interagir com a inteligência artificial. No início da conversa no WhatsApp, a Lu solicita o e-mail ou CPF do cliente para identificação. Na sequência, ele recebe um código para validação. A partir daí, basta solicitar a ajuda da Lu para fazer a compra.

Em interações por áudio, a Lu é capaz de compreender gírias, regionalismos, pausas e explicações casuais das necessidades do cliente. Independentemente do tipo de contato e de acordo com a intenção e especificidade do produto solicitado, ela devolve perguntas ao usuário para entregar a melhor recomendação.

Também é possível interagir com a Lu em relação a outros assuntos, como perguntar sobre o clima ou até mesmo bater um papo sobre temas do dia a dia, mas sua função principal é de assistente de vendas e, por isso, ela irá direcionar os temas para essa atribuição. Como forma de segurança, a Lu interrompe a conversa em caso de conteúdos ofensivos e de cunho sexual, e que envolvam xingamentos, assédio ou violência.

Multiagentes de IA

O projeto do WhatsApp da Lu – que levou pouco mais de um ano de desenvolvimento – usa modelos LLMs, de inteligência artificial, proprietários do Google, e um mix de outros modelos open-source (que têm o código-fonte público), hospedados na Magalu Cloud. Isso garante acesso a recursos como capacidade avançada de raciocínio, planejamento e pensamento multimodal, além de flexibilidade, customização e baixa latência dos modelos hospedados na nuvem da empresa – requisitos fundamentais para o funcionamento de um projeto desse porte.

A arquitetura de construção usa centenas de multiagentes, o que dá a liberdade de interagir com os diversos sistemas, como busca, recomendação, transcrição de áudio, entre outros, permitindo que os usuários possam se comunicar da maneira como preferirem, por meio de voz, texto ou imagens.

Sobre o Magalu. Desde maio de 2011, o Magalu é uma empresa listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de quase 1.250 lojas, em 20 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), mais de 360 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery aiafome. O app da companhia é acessado por mais de 50 milhões de usuários ativos mensais. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

IMPRENSA MAGALU

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Fernanda Muchão

fernanda.muchao@novapr.com.br



Luiza Freitas

luiza.freitas@novapr.com.br

novaPR