

## **Magalu é varejista com maior engajamento nas redes sociais durante Copa do Mundo**

*Companhia ficou em terceiro lugar do ranking da Comscore, que avaliou as publicações do Instagram, Twitter e Facebook*

*Empresa teve cerca de 815 000 ações, entre curtidas, interações, compartilhamentos e comentários, nos 357 conteúdos que publicou durante o torneio*

**São Paulo, 26 de dezembro de 2022** - O Magalu foi a empresa do varejo que mais teve engajamento de forma orgânica nas redes sociais durante a Copa do Mundo de 2022. O levantamento, realizado pela Comscore Brasil, apontou a companhia em terceiro lugar em um ranking dentro do estudo Copa do Mundo 2022 Insights Social, que demonstrou a ocorrência de mais de 950 mil menções de mais de 213 mil autores únicos, em sua maioria no Twitter, no período do mundial - entre 20 de novembro e 18 de dezembro.

De acordo com os dados divulgados neste ranking, o Magalu teve um total de ações no Instagram, Twitter e Facebook de 814 899, entre curtidas, interações, compartilhamentos e comentários, nos 357 conteúdos que publicou durante o período. Isso significa 2 283 ações por post. A empresa ficou atrás apenas do Itaú e Adidas, que tiveram 1.316.453 e 917.800 ações, respectivamente.

Entre as quatro publicações que tiveram alto engajamento no final da Copa, duas foram feitas pela Lu, do Magalu, maior influenciadora virtual do mundo. A primeira era uma “corrente” para que o Brasil ganhasse o Hexa em 2026 e a segunda foi parabenizando a seleção da Argentina pela vitória e brincando que ainda precisa vencer mais duas Copas para se igualar ao Brasil.

### **Patrocínio**

O Magalu fechou o patrocínio completo das transmissões da Copa do Mundo de Futebol do Catar feitas com exclusividade pelo sistema Globo – por meio da TV Globo e Sportv, além de conteúdos veiculados no Globo Esporte e Globoplay, plataformas nas quais a marca esteve presente.

Esta foi a primeira vez que a empresa usou o pacote de patrocínio das transmissões de um grande evento para divulgar todo o seu ecossistema de negócios. As campanhas promoveram desde as tradicionais ofertas de telas – aparelhos de TV, smartphones e tablets – até itens de esportes, mercado e moda.

### **Sobre o Magalu**

O Magalu é a empresa que está digitalizando o varejo brasileiro. Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de 1.481 lojas, em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Shoestock, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 180 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery

AiQFome. O SuperApp da companhia é acessado por mais de 45 milhões de usuários ativos mensais. Atualmente, o Magalu emprega mais de 40 000 funcionários. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

**Imprensa Magalu**

**André Vendrami**

[andre.vendrami@novapr.com.br](mailto:andre.vendrami@novapr.com.br)

**Gabriela Tornich**

[gabriela.tornich@novapr.com.br](mailto:gabriela.tornich@novapr.com.br)

**Patricia Vivas**

[patricia.vivas@novapr.com.br](mailto:patricia.vivas@novapr.com.br)