

## **Ação do Magazine Luiza arrecada mais de R\$ 100 mil para combater a violência contra a mulher**

*Ação da empresa doou valor para para dois institutos ligados ao tema*

**São Paulo, 15 de março de 2018** – No Dia da Mulher, o Magazine Luiza meteu a colher em briga de marido e mulher. A empresa vendeu, no site magalu.com, 20 mil unidades de uma colher especial com os dizeres: "#eumetoacolhersim - Ligue 180 e denuncie" - para divulgar o número de denúncia 180 e reverter a renda a instituições que cuidam do tema "violência contra a mulher". A ação arrecadou R\$ 36 mil reais, mas o Magalu triplicou o valor e vai doar R\$ 108 mil reais para duas entidades: o Instituto Patrícia Galvão, uma organização social que desde 2001 trabalha pela garantia do direito das mulheres de viver sem violência, e a rede colaborativa Mete a Colher, que funciona por meio de um aplicativo mobile, que conecta mulheres vítimas de violência com outras que podem oferecer apoio.

"A ação foi muito importante e mostrou que nosso cliente e outras instituições estão conectadas com a causa", diz Ilca Sierra, diretora de marketing multicanal do Magalu.

"Inspiramos outras marcas. Por exemplo, a plataforma de crowdfunding Kickante abriu uma campanha para reverter verbas para ONGs engajadas com a mesma causa."

A ação chegou a cerca de 9 milhões de pessoas nas redes sociais da companhia.

Influenciadoras digitais, como a blogueira Jout Jout, a apresentadora Ana Maria Braga e a Presidente do Conselho do Magazine Luiza, Luiza Helena Trajano, entre outras, se engajaram na campanha. A ação foi trending topic no Twitter.

Há oito meses, o Magalu lançou uma iniciativa interna para reduzir os casos de violência contra a mulher entre suas mais de 11 000 colaboradoras. Elas têm acesso ao Canal da Mulher, um sistema de denúncia interno - monitorado diretamente por Luiza Trajano, presidente do Conselho de Administração - cuja função é apoiar as funcionárias expostas a esse tipo de violência.

Dados publicados pelo portal G1 mostram que o Brasil registrou 4 473 assassinatos de mulheres em 2017, um aumento de 6,5% em relação ao ano anterior -- o que significa uma mulher morta a cada duas horas no país.

"O envolvimento e a contribuição das empresas no enfrentamento da violência contra as mulheres são extremamente importantes. Essa campanha mostra que esse é um problema de todos: das empresas, como o Magazine Luiza, e da sociedade", diz Jacira Melo, diretora do Instituto Patrícia Galvão.