

Usando Inteligência Artificial, Lu, do Magalu, vai prever resultados de jogos da Copa do Mundo

Com base em modelo feito pelo time de análise de dados da empresa, Lu prevê resultados de jogos pelas redes sociais

São Paulo, 24 de novembro de 2022 - A partir da estreia do Brasil na Copa do Mundo, nesta quinta-feira (24), a Lu, do Magalu, começará a postar em suas redes sociais seus palpites para o resultado dos jogos da competição. Mas as apostas da influenciadora virtual não são apenas chutes, sem embasamento. A companhia desenvolveu um modelo matemático para calcular a probabilidade de vitória de todas as partidas do torneio. O projeto é de autoria da área de tecnologia do Magalu e as probabilidades serão divulgadas pelas redes sociais da influenciadora virtual da marca, Lu do Magalu, que acumula mais de 30 milhões de seguidores e se tornou a mais seguida do mundo.

O modelo de inteligência artificial conseguiu analisar todos os jogos da Copa, desde 1992, além do ranking da Fifa que avalia todas as escalações e os pontos de cada setor do campo, gol, defesa, meio-campo e ataque. Mais de 10 000 cenários foram criados para calcular as probabilidades de cada partida. “No futebol, um pequeno detalhe define um placar, pode ser um gol aos 45 minutos do segundo tempo ou uma vitória inesperada”, diz Fernando Nagano, diretor de Analytics do Magalu. “Normalmente, os percentuais não apontam chances discrepantes. Como temos um grande volume de dados disponíveis, é raro ver um time com 90% de chance de vencer o outro”. Como no futebol os placares baixos e empates sem gols são comuns, as chances das famosas “zebras” acontecerem também são levadas em consideração nesses modelos estatísticos.

O Magalu está com uma forte campanha de Copa do Mundo, desde maio, quando assinou contrato de patrocínio da transmissão da Copa do Mundo na TV. A empresa está usando o pacote de patrocínio das transmissões de um grande evento para divulgar todo o seu ecossistema de negócios. “Nosso objetivo com a ação das previsões é fazer com que nossa influenciadora, que é porta-voz da marca, impulse o engajamento orgânico entre nossos clientes”, afirma Nagano.

Nas lojas físicas os clientes podem aproveitar a campanha “Troca tudo no Magalu”, em que o consumidor pode levar uma TV, tablet, celular ou smartwatch usado na loja e trocar por desconto em uma TV nova, para que os clientes consigam assistir aos jogos em uma TV tecnológica.

A categoria mercado, em expansão na companhia, também está entre os produtos da Copa no Magalu com ofertas de produtos como bebidas e petiscos. Todos os canais de venda – app, site e lojas – estarão presentes em anúncios com ofertas de TVs, smartphones e tablets para que os consumidores acompanhem a Copa mais multitela da história.

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!), 200 000

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. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

Imprensa Magalu

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Gabriela Tornich

gabriela.tornich@novapr.com.br

Patricia Vivas

patricia.vivas@novapr.com.br