magazineluiza
vem ser feliz

GREAT PLACE TO WORK® MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR 2015

Respeito, desenvolvimento e reconhecimento

Nós colocamos as pessoas em primeiro lugar.
Elas são a força e a vitalidade da nossa organização.

INFORMAÇÕES GERAIS
CONTRATAR E RECEBER
INSPIRAR
FALAR
ESCUTAR
AGRADECER
DESENVOLVER
CUIDAR
CELEBRAR
COMPARTILHAR
QUESTÕES ADICIONAIS

História
Sem paredes
Empresa com alma
Consórcio Luiza
Luizacred
Luizaseg
Época Cosméticos
Lojas Virtuais
Magazineluiza.com
Magazine Você
Chip Luiza
Liquidação Fantástica
Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro
Relação com a concorrência
Participação da liderança

HISTÓRIA

O Magazine Luiza foi fundado em 16 de novembro de 1957, em Franca-SP, quando o casal Sr. Pelegrino José Donato e Dona Luiza Trajano Donato adquiriram uma pequena loja de presentes, chamada na época de A Cristaleira. O nome Magazine Luiza surgiu após um concurso cultural de rádio realizado com os próprios clientes.

Hoje com mais de 740 lojas, nove centros de distribuição e três escritórios, espalhados por 16 estados brasileiros, a companhia figura entre os maiores varejistas do País, oferecendo produtos para a casa da família brasileira, onde o cliente quer e do jeito que ele quer, por meio de multicanais como lojas físicas, lojas virtuais, televendas, *e-commerce* e até nas redes sociais, com o Magazine Você.

Os principais produtos comercializados pela empresa estão nos setores de móveis, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, presentes, brinquedos, hobby e lazer, informática e telefonia. No site há um mix mais amplo do que nas lojas físicas, contando com cerca de 44 mil modelos de produtos. Em agosto de 2013, a partir da aquisição da Campos Floridos, detentora do site Época Cosméticos, o Magazine Luiza passou a oferecer também produtos de beleza aos seus clientes.

Nas 13 aquisições que fez até hoje, o Magazine Luiza nunca deixou de lado o jeito diferenciado de ser e de tratar clientes e colaboradores.

Crescer de forma sustentável, mantendo o espírito inovador, respeitando as pessoas e buscando o desenvolvimento do país, fez o Magazine Luiza se tornar uma referência nacional e internacional em gestão empresarial. É desta forma que a empresa pretende continuar expandindo-se nos próximos anos.

SAIBA MAIS

SEM PAREDES

SAIBA MAIS

Luiza Helena Trajano, atual presidente da companhia, passou por todos os cargos da empresa até assumir a superintendência do Magazine Luiza, em 1991. Nesse período, a companhia inovou o modelo de gestão, aproximando as pessoas e reforçando mecanismos de comunicação com todos. Ela derrubou as divisórias do escritório e, aos poucos, conseguiu colocar fim aos processos burocráticos, horizontalizando a estrutura, dando mais liberdade aos colaboradores e incentivando a gestão participativa.

Uma breve descrição da principal atividade da empresa, informações sobre o ramo de atividade, seus principais produtos e/ou serviços, clientes e concorrentes.

INFORMAÇÕES GERAIS

História
Sem paredes
Empresa com alma
Consórcio Luiza
Luizacred
Luizaseg
Época Cosméticos
Lojas Virtuais
Magazineluiza.com
Magazine Você
Chip Luiza
Liquidação Fantástica
Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro
Relação com a concorrência
Participação da liderança

EMPRESA COM ALMA

Com a chegada de Luiza Helena Trajano à presidência, o lado humano passou a ser priorizado e o alinhamento dos colaboradores com as diretrizes da empresa melhorou o desempenho do Magazine Luiza, que, além de vender produtos, ampliou sua linha de serviços e passou a atender àqueles que não tinham condições financeiras e nem contas em bancos, por meio da criação das coligadas LuizaCred, LuizaSeg e Consórcio Luiza.

A premiada política de Gestão de Pessoas do Magazine Luiza faz da empresa uma grande família com 24 mil colaboradores, três empresas coligadas e uma base de mais de 36 milhões de clientes, com faturamento anual de R$ 12,2 bilhões registrados em 2014.

Prestar um excelente atendimento e colocar as pessoas sempre em primeiro lugar, sejam colaboradores, parceiros ou clientes, são os grandes diferenciais da companhia.

consórcioluiza
SUA CONQUISTA MAIS FELIZ

CONSÓRCIO LUIZA

Em 1992, o Magazine Luiza criou o Consórcio Luiza, uma empresa coligada que atua em todas as lojas nos segmentos de Eletro&Móveis, Carro&Moto, Imóvel e Serviços. Com objetivo de realizar uma prestação de serviços inovadora e de qualidade, o Consórcio Luiza possibilita aos clientes a conquista de bens duráveis para um futuro melhor, como comprar o primeiro carro, trocar de moto, sair do aluguel, pagar uma viagem e até um casamento.

LUIZACRED

LUIZACRED

Em 2001, o Magazine Luiza e o Unibanco se associaram para a criação da LuizaCred, que possibilitou à empresa oferecer uma grande variedade de serviços financeiros (Cartão Luiza, CDC, Empréstimo Consignado, Grana Extra e Seguros) a clientes que não tinham acesso aos bancos. A LuizaCred é hoje uma das maiores financeiras do País e conta com a sólida estrutura de financiamento do Itaú-Unibanco.

Uma breve descrição da principal atividade da empresa, informações sobre o ramo de atividade, seus principais produtos e/ou serviços, clientes e concorrentes.

INFORMAÇÕES GERAIS

História
Sem paredes
Empresa com alma
Consórcio Luiza
Luizacred
Luizaseg
Época Cosméticos
Lojas Virtuais
Magazineluiza.com
Magazine Você
Chip Luiza
Liquidação Fantástica
Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro
Relação com a concorrência
Participação da liderança

LUIZASEG

Em 2003, o Magazine Luiza se associou à Cardif, empresa do Grupo BNP Paribas, para a criação da LuizaSeg, uma seguradora responsável pelos produtos de garantia estendida e seguros. O Magazine Luiza é a única empresa do varejo a possuir uma seguradora própria, criada por meio de uma *joint venture.*

ÉPOCA COSMÉTICOS

Em agosto de 2013 o Magazine Luiza assinou um contrato de compra de 100% do capital social da Campos Floridos, detentora do site Época Cosméticos – especializado na venda *online* de produtos de beleza.

A aquisição do site www.epocacosmeticos.com.br reforça a estratégia de expansão e consolidação da operação de *e-commerce* do Magazine Luiza em um segmento que tem margens atrativas, cresce expressivamente no Brasil e traz fluxo de clientes para o site. Este representa uma oportunidade de aumento do número de produtos que podem ser vendidos em outros canais, como o Magazine Você, plataforma de comércio nas mídias sociais da companhia.

Sem geração de custos de integração, sobreposição geográfica ou impacto sobre o quadro de colaboradores, esta aquisição reafirma o compromisso do Magazine Luiza com o crescimento sustentável da companhia, mantendo a preocupação com as pessoas e a geração de valor para seus acionistas.

LOJAS VIRTUAIS

O pioneirismo passou a ser uma das marcas da empresa a partir da criação das lojas eletrônicas – hoje chamadas de lojas virtuais – em 1992, quando o mundo ainda dava os primeiros passos na utilização da Internet.

Essas lojas vendem produtos por meio de terminais multimídia, com vendedores orientando os clientes, sem produtos em exposição. O relacionamento com o cliente é o principal foco deste modelo de vendas. A empresa fechou 2014 com 111 lojas desse tipo no País.

Uma breve descrição da principal atividade da empresa, informações sobre o ramo de atividade, seus principais produtos e/ou serviços, clientes e concorrentes.

INFORMAÇÕES GERAIS

- História
- Sem paredes
- Empresa com alma
- Consórcio Luiza
- Luizacred
- Luizaseg
- Época Cosméticos
- Lojas Virtuais
- Magazineluiza.com
- Magazine Você
- Chip Luiza
- Liquidação Fantástica
- Luizalabs
- Multicanalidade
- Aplicativo Magazine Luiza
- Dia de Ouro
- Relação com a concorrência
- Participação da liderança

MAGAZINELUIZA.COM

A experiência adquirida com as lojas virtuais levou o Magazine Luiza a revolucionar o *e-commerce* brasileiro, com a criação do site magazineluiza.com, em 1999. Hoje, ele é um dos maiores do setor e conta com os mais modernos canais e ferramentas de interação com os clientes, como *videocast*, *podcast* e *blog*, além de marcar presença constante em redes sociais, como Facebook e Twitter.

Em 2012, o site ganhou um visual mais moderno, sendo totalmente remodelado. As categorias de produto agora estão organizadas por cores, assim como as lojas, ampliando ainda mais a experiência de compra, de forma fácil e intuitiva.

Nesta nova versão, foi implementada também uma tecnologia que realiza a recomendação de produtos aos clientes de acordo com o comportamento de navegação e de compra, buscando a melhoria na experiência do usuário. Compartilhar as suas compras nas redes sociais também está muito mais fácil, basta dar um clique no fechamento do negócio para compartilhar no Facebook.

O comércio eletrônico está totalmente integrado ao Magazine Luiza e oferece uma gama de produtos que somam aproximadamente 44 mil itens, impulsionado por novas parcerias B2B e *marketplace*. É por ações como esta que o site recebe constantemente premiações pela inovação e satisfação dos consumidores.

MAGAZINE VOCÊ

Em 2011, o Magazine Luiza trouxe ao mercado a primeira iniciativa de *social commerce* do Brasil, o Magazine Você, novidade que mudou o jeito de fazer negócios nas redes sociais, oferecendo a oportunidade de empreender sem a necessidade de um investimento financeiro.

É a primeira iniciativa de *social commerce* no Brasil, com uma venda realizada por meio da relação social entre as pessoas, usando a plataforma de *e-commerce* do Magazine Luiza. O “dono” da loja Magazine Você monta uma vitrine e pode vender qualquer produto do Magazine Luiza para seus amigos e conhecidos.

O Magazine Você ampliou o número de lojas, quando abriu o projeto para o público em geral – antes deste momento, apenas familiares de colaboradores podiam criar suas lojas.

Diversas ações de *marketing* são desenvolvidas para reforçar a divulgação do novo modelo de vendas *online* nas redes sociais e no Google.

Ao final de 2014 o Magazine Você chegou a mais de 100 mil lojas criadas neste formato.

Uma breve descrição da principal atividade da empresa, informações sobre o ramo de atividade, seus principais produtos e/ou serviços, clientes e concorrentes.

INFORMAÇÕES GERAIS

História
Sem paredes
Empresa com alma
Consórcio Luiza
Luizacred
Luizaseg
Época Cosméticos
Lojas Virtuais
Magazineluiza.com
Magazine Você
Chip Luiza
Liquidação Fantástica
Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro
Relação com a concorrência
Participação da liderança

CHIP LUIZA

Projeto inédito no País, o "Chip Luiza" foi lançado pelo Magazine Luiza, em 2012, com o objetivo de democratizar o acesso à Internet e se consolidar como um novo canal de relacionamento e vendas.

O "Chip Luiza" é um *chip* de celular, com um menu exclusivo do Magazine Luiza, em parceria com a operadora Claro, e tem diversos benefícios para o cliente, como acesso gratuito às redes sociais, recarga em dobro e promoções exclusivas.

Este novo canal de relacionamento proporciona mais interatividade, indo ao encontro da filosofia inovadora da empresa e construindo uma nova plataforma de relacionamento entre a marca e seus consumidores.

LIQUIDAÇÃO FANTÁSTICA

A "Liquidação Fantástica" é realizada simultaneamente em todas as lojas da rede, do sul ao nordeste do País, oferecendo descontos de até 70% nos cerca de três milhões de produtos. Esta é a maior e mais aguardada promoção do varejo nacional.

O Magazine Luiza foi a primeira empresa do varejo a realizar este tipo de ação, há 22 anos, e depois foi seguida por todos os concorrentes, mudando o calendário de vendas no mês de janeiro.

Milhares de clientes esperam ansiosos a data para comprar aquilo que desejam, muitas vezes economizando durante todo o ano. A expectativa e ansiedade para a abertura das lojas são comuns nos dois lados do "balcão": com os clientes, que fazem filas gigantes fora das lojas, e com os colaboradores, que recebem as pessoas com muitas palmas e vibração.

Para este evento acontecer, é necessária uma grande parceria dos colaboradores de todas as áreas e unidades, assim como uma relação respeitosa com clientes, sindicatos, imprensa e fornecedores. A preocupação com o bem-estar dos colaboradores e clientes é visível antes, durante e depois do evento. Tudo é feito para garantir o sucesso da liquidação e a segurança das pessoas envolvidas, desde a contratação de equipes de segurança, carregadores e reforços, até a preparação de café da manhã para a equipe e distribuição de lanches nas filas.

Durante o período da liquidação, o site do Magazine Luiza permanece fechado, em respeito aos clientes que aguardam nas filas, e só abre após o fechamento das lojas, também com grandes ofertas.

História
Sem paredes
Empresa com alma
Consórcio Luiza
Luizacred
Luizaseg
Época Cosméticos
Lojas Virtuais
Magazineluiza.com
Magazine Você
Chip Luiza
Liquidação Fantástica
Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro
Relação com a concorrência
Participação da liderança

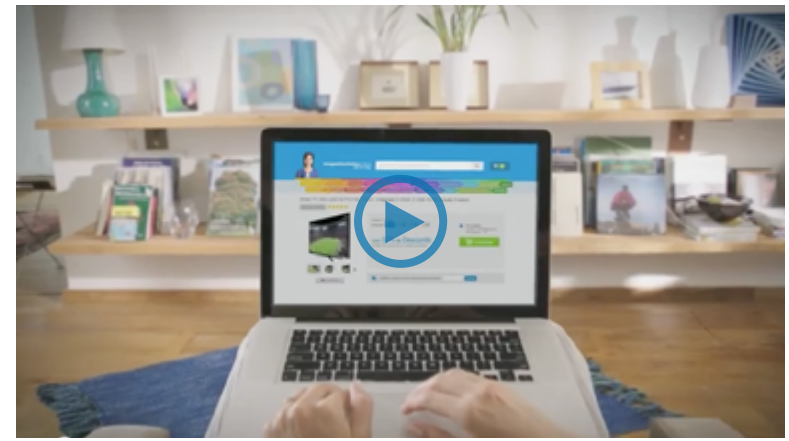
LUIZALABS NOVO

Em 2014, o Magazine Luiza criou o "Luizalabs", um laboratório de Tecnologia e Inovação, dentro do núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento, com o objetivo de criar produtos e serviços com foco no varejo, oferecendo aos clientes mais benefícios e uma melhor experiência de compra.

Formado por um grupo de desenvolvedores que não lidam com o dia a dia da empresa e só se preocupam com inovação, a estrutura é separada do Magazine Luiza, para viabilizar parcerias com universidades e financiamentos, como do Finep.

Um dos principais projetos elaborados pelo "Luizalabs" é o Bob, uma aplicação de Big Data que mudou a forma de trabalhar com conteúdo customizado no Magazine Luiza, alavancando as vendas e melhorando a experiência do consumidor. Hoje o Bob é responsável por todas as recomendações de produtos do magazineluiza.com, entregando sugestões de compras também por e-mails e via redes de *display*.

MULTICANALIDADE NOVO



O Magazine Luiza tem a premissa de estar onde, como e quando o cliente desejar. Assim, além das suas mais de 700 lojas físicas, nos modelos lojas de rua e lojas de shopping, a empresa oferece vários outros canais de venda e de relacionamento.

Para garantir a maior integração entre esses canais, em 2014, foi criado o Marketing Multicanal, integrando as equipes de *marketing e-commerce* e *marketing* das lojas físicas. Essa medida viabilizou uma comunicação multicanal ao cliente, envolvendo cada vez mais as lojas físicas e o site. A vendedora virtual Lú passou a representar a marca não só nas redes sociais, como também nos comerciais de TV e tabloides impressos.

Uma breve descrição da principal atividade da empresa, informações sobre o ramo de atividade, seus principais produtos e/ou serviços, clientes e concorrentes.

INFORMAÇÕES GERAIS

História
Sem paredes
Empresa com alma
Consórcio Luiza
Luizacred
Luizaseg
Época Cosméticos
Lojas Virtuais
Magazineluiza.com
Magazine Você
Chip Luiza
Liquidação Fantástica
Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro
Relação com a concorrência
Participação da liderança

APLICATIVO MAGAZINE LUIZA NOVO

Em 2014, o Magazine Luiza lançou seu aplicativo oficial para *smartphones* e *tablets*, tem interface intuitiva e milhares de produtos em diferentes categorias para melhorar a experiência de compra pelo celular, a ferramenta está disponível para Android e iOS. O usuário poderá conferir ofertas e promoções em primeira mão, obter avaliações de produtos feitas por outros clientes e acompanhar seus pedidos com toda segurança e garantia que o Magazine Luiza oferece a seus clientes.

Disponível no Google play

Disponível na App Store

DIA DE OURO

Uma das práticas que ilustram bem esta cultura de oferecer ao cliente experiências de compra memoráveis é o “Dia de Ouro”, criado em 2005 como uma oportunidade de fortalecer ainda mais os laços com os melhores clientes da empresa.

Nestes dias especiais durante o ano, as lojas abrem exclusivamente para os clientes mais fiéis, chamados de “Clientes Ouro”, com preços e condições exclusivas. Mais de 70 mil clientes são recebidos com café da manhã, cabeleireiros e manicures, música, dança, sorteio de carros e vales-compras.

O “Dia de Ouro” é realizado em quatro edições por ano, sendo uma delas a edição especial de Natal.

Em 2014, foram realizadas edições em março, junho, setembro e dezembro. Em todas, mais de um milhão de “Clientes Ouro” receberam convites para visitar as lojas e participar do café da manhã exclusivo, em um dia de venda especial para eles, concorrendo a prêmios como carros, casas e viagens.

História
Sem paredes
Empresa com alma
Consórcio Luiza
Luizacred
Luizaseg
Época Cosméticos
Lojas Virtuais
Magazineluiza.com
Magazine Você
Chip Luiza
Liquidação Fantástica
Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro
Relação com a concorrência
Participação da liderança

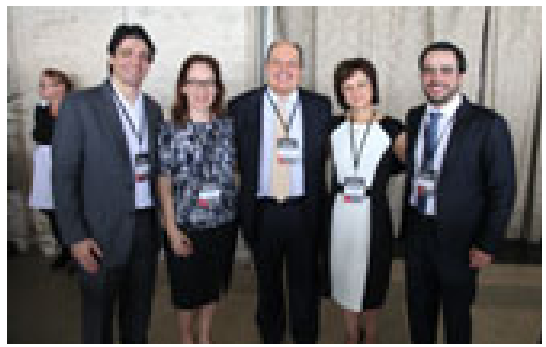
RELAÇÃO COM A CONCORRÊNCIA

A relação do Magazine Luiza com a concorrência sempre foi de muito respeito. Acredita-se que a companhia só será forte se tiver uma economia saudável com espaço para todos serem bem sucedidos.

Esse cuidado com a classe varejista e com o desenvolvimento do País pode ser medido pela participação ativa da presidente Luiza Helena Trajano em eventos e comitês do governo brasileiro.

As lideranças do Magazine Luiza são membros do Instituto de Desenvolvimento do Varejo (IDV), que reúne os grandes varejistas do País para tratar de questões que enfrentam em comum.

Em 2014, Luiza Helena se tornou presidente do IDV; o CEO Marcelo Silva, líder do comitê Trabalhista; a gerente de Relações Corporativas e Sustentabilidade, Ivone Santana, líder adjunta do comitê de Sustentabilidade, e o gerente de Atendimento, Nicolau Camargo, líder adjunto do comitê de Relacionamento com o Consumidor. Iniciativas que demonstram a postura de colaboração com os concorrentes.



PARTICIPAÇÃO DAS LIDERANÇAS EM INSTITUTOS E COMITÊS EXTERNOS

As lideranças do Magazine Luiza participam de institutos e comitês externos com a finalidade de compartilhar conhecimentos com profissionais do mercado em seus respectivos campos de atuação.

O Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) possui vários membros que representam o Magazine Luiza, entre eles Luiza Helena Trajano, que atualmente é a presidente do IDV, e o CEO Marcelo Silva, que é líder do comitê Trabalhista. O gerente Jurídico, Luiz Liporoni, participa do comitê Jurídico do IDV, e é membro da Fecomercio e da Câmara -bit. A gerente de Relações Corporativas e Sustentabilidade, Ivone Santana, é líder adjunta do Comitê de Sustentabilidade do IDV e integrante do grupo diretor da Rede Empresarial de Inclusão Social. Nicolau Camargo, gerente geral de Atendimento, é líder adjunto do comitê de Relacionamento com o Consumidor do IDV e é integrante do Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial (IBHE).

O diretor de Logística, Ricardo Ruiz, é membro do Instituto Brasileiro de Supply Chain (Inbrasc) e do Comitê de Frotas e Fretes Verdes.

A diretora de Relações com Investidores, Daniela Bretthauer, é coordenadora do Comitê de Desenvolvimento Institucional do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (IBRI).

Pratas da Casa
Seleção Externa
Linkedin

Treinamento para Novas Lojas
Integração à Cultura
Inclusão de Pessoas com Deficiência

Programa de Alta Performance para PCD

CONTRATAR

A. Quais são as características que sua empresa busca nos novos funcionários, além do conhecimento necessário para executar o trabalho?

O Magazine Luiza busca pessoas criativas, que tenham o desejo de crescer junto com a companhia. Aqueles que agregam valor às causas defendidas pela empresa, que trabalham em equipe e que "vestem a camisa" compõem com mais facilidade o perfil desejado.

Mostrar atitude, estar atento às inovações tecnológicas, gostar de desafios e ter foco em resultados são também premissas importantes e desejáveis.

Possuir uma visão do todo, mas também ser detalhista quando necessário, e ter objetivos claros e bem definidos para sua carreira são outros pontos destacados nas entrevistas.

O crescimento da companhia está fortemente atrelado à sua cultura, sendo um de seus maiores diferenciais em um mercado de concorrência tão acirrada como o varejo. Assim, independentemente do cargo a ser ocupado, profissionais que compartilhem os mesmos valores, tenham sonhos e gostem de trabalhar "com" e "para" as pessoas são procurados pela empresa.

Ao abrir um processo de seleção, o Magazine Luiza também se orienta, a princípio, por características pessoais, como a ética, a transparência e o respeito às pessoas. Aqueles que consideram que servir aos outros é algo nobre têm mais chances de dar certo na empresa, pois colocar os clientes, tanto internos quanto externos, sempre em 1º lugar é um dos principais nortes do Magazine Luiza.

B. Como o processo de contratação (recrutamento, seleção, entrevistas etc.) garante que os novos contratados se enquadram na cultura da empresa?

Nas lojas, onde estão alocados 80% do quadro de colaboradores, o processo de seleção interna é feito de forma compartilhada com o gerente e com o Conselho de Colaboradores. Suas informações contribuem para traçar o perfil do candidato e conhecer seu desempenho profissional. Se a avaliação for positiva, o candidato é convidado para o processo seletivo, que é composto por testes de raciocínio lógico, matemática, redação e testes de reflexão que visam identificar valores da empresa nos candidatos. A orientação do Núcleo de Recrutamento e Seleção é sempre olhar para a pessoa, o indivíduo, e não para seu currículo ou formação.

Para vagas com cargos de liderança, como gerente em treinamento ou gerente regional, é realizado um painel de negócios com os candidatos, no qual são discutidos conhecimentos gerais. Na sequência, o candidato é entrevistado pela diretora de Gestão de Pessoas, pelo diretor de Operações de Loja, pelo superior imediato e por mais um de seus futuros pares.

Quanto maior a responsabilidade do cargo a ser preenchido, maior o número de entrevistas, para garantir que o escolhido está preparado e reúne os valores defendidos e cultivados pela empresa.

Também são aplicados testes e analisados o histórico do colaborador, sua evolução na carreira, seus resultados no longo prazo e seu desempenho nas Pesquisas de Clima e Avaliação 360º (item **ESCUTAR**), para que se aplique o que a empresa chama de Meritocracia (item **INSPIRAR**).

Pratas da Casa
Seleção Externa
Linkedin
Treinamento para Novas Lojas
Integração à Cultura
Inclusão de Pessoas com Deficiência
Programa de Alta Performance para PCD

PRATAS DA CASA

O Magazine Luiza tem a política de priorizar os próprios colaboradores quando abre novas vagas na empresa. Dessa forma, incentiva o plano de carreira e a ascensão profissional. Em média, cerca de 80% dos postos abertos são preenchidos por pessoas que já fazem parte da equipe.

SELEÇÃO EXTERNA

Quando não há nenhum funcionário que atenda aos pré-requisitos exigidos pela empresa, inicia-se o processo de seleção externa. Mesmo assim, o colaborador que não ocupou a vaga tem a possibilidade de indicar um amigo, uma pessoa conhecida ou até mesmo um familiar. A indicação é levada em consideração e respeitada justamente pela confiança que a empresa deposita em seus colaboradores.

Aberto o processo externo, é concedida uma semana de prazo para a captação de currículos. O Núcleo de Recrutamento e Seleção faz a análise, envia ao requisitante da vaga e seleciona os candidatos para o processo seletivo, composto por dinâmicas, testes e entrevistas.

Além dos requisitos profissionais, a empresa mapeia os principais valores do candidato, para certificar-se de que o mesmo se identifica com os valores da empresa. Os que vencem todas as etapas do processo de seleção iniciam a integração à cultura.

LINKEDIN NOVO

O Magazine Luiza começou a utilizar a rede social Linkedin como ferramenta para busca de novos talentos externos.

O perfil da empresa é alimentado semanalmente com informações sobre os prêmios e reconhecimentos que a empresa recebe, além de vídeos e textos institucionais com *cases* que relatam o relacionamento da empresa com seus colaboradores. Em 2014, mais de 55 mil pessoas se inscreveram em vagas do Magazine Luiza pelo Linkedin e 35 colaboradores foram contratados por meio da ferramenta.

Pratas da Casa
Seleção Externa
Linkedin
Treinamento para Novas Lojas
Integração à Cultura
Inclusão de Pessoas com Deficiência
Programa de Alta Performance para PCD

RECEBER

C. Como é recebido o novo contratado na empresa e como é realizada a sua integração?

Um dos grandes diferenciais do Magazine Luiza é no acolhimento de novos colaboradores, que já começa no processo de seleção. A recepção e a integração, tanto dos que chegam aos poucos, no dia a dia, quanto dos que vêm em grupos maiores, por meio de aquisições, fazem parte de um processo estratégico que envolve diversas áreas e ações para receber essas novas pessoas de acordo com o Jeito Luiza de Ser.

A companhia considera a grande expectativa desses profissionais, que chegam cheios de sonhos, e promove muitas ações, procedimentos e sutilezas que atestam suas práticas de acolhimento e valorização. Muitos cuidados são tomados para que os novos colaboradores se sintam em casa, conforme descrito a seguir.

TREINAMENTO PARA NOVAS LOJAS

Os novos colaboradores contratados para lojas que ainda serão inauguradas passam por uma série de experiências em grupo durante 30 dias. Em 2014, 523 novos colaboradores contratados participaram do Treinamento de Iniciação no escritório de Negócios de São Paulo e no escritório de João Pessoa, com uma carga horária total de 28.958 horas de treinamento. Quando são de outras cidades que não São Paulo ou João Pessoa, os colaboradores ficam hospedados em hotéis.

Todos recebem o *kit* boas-vindas (crachá, uniforme e material de apoio para o treinamento) e participam de treinamentos para conhecer a essência da cultura da empresa e desenvolver as competências técnicas e operacionais necessárias para assumir sua função na loja.

Entre as agendas programadas, visitam os departamentos, conhecem pessoalmente os diretores, gerentes e colegas de outras lojas. A presidente Luiza Helena Trajano e o superintendente Marcelo Silva dedicam algumas horas para conversar com todas as novas equipes, de maneira simples e direta, e reforçar os valores e compromissos da empresa com os funcionários.

O diálogo é importante para todos na hora de contratar e receber bem um novo integrante. Uma das atividades envolve reflexão e valorização da história e da origem de quem chega. Assim, eles refletem sobre o Brasil e expressam sua visão sobre seres humanos, valores como a ética, desafios e expectativas para o futuro.

Da mesma forma, quando uma loja é inaugurada, os colaboradores passam por um treinamento para conhecer a comunidade da qual a nova unidade fará parte. Eles são apresentados a detalhes da região, da cidade e do bairro,

pontos turísticos e curiosidades. Eles são estimulados a participar da vida da comunidade e realizar projetos de solidariedade e ações sociais, por meio da Rede do Bem (item **COMPARTILHAR**).

Uma das fases do treinamento de iniciação é o Encontro de Fortalecimento, conduzido por uma psicóloga, durante o qual são trabalhados aspectos emocionais e formas de lidar com as situações de conflitos no dia a dia. Desta forma, os colaboradores são estimulados a desenvolver um autoconhecimento que os fortalece enquanto indivíduos, o que, consequentemente, colabora com o fortalecimento da cultura da empresa.

Durante o treinamento, o grupo vivencia também as práticas e os pilares da Cultura da empresa, que são: Rito de Comunhão, Conselho de Colaboradores, Meritocracia, Disque-Presidência, Reunião Matinal, Comunicação, Atendimento 10 Estrelas, Autodesenvolvimento e Posicionamento da Marca. Esta primeira etapa de cultivo de valores e integração à Cultura dura 15 dias.

A fase seguinte é o estágio prático nas lojas, o aprendizado técnico. São mais 15 dias de treinamento de técnicas de vendas, sistemas e procedimentos, além de conhecimento sobre os produtos e serviços da empresa. Nessa etapa, eles também se relacionam com os clientes. No final do treinamento, é realizada uma grande celebração.

Prontos para começarem o trabalho, eles são recebidos pelo gerente regional e pelo gerente da loja, que vão comandar o Rito de Comunhão de Iniciação e promover a integração com os colegas. Um dia antes da abertura da nova loja, a família dos colaboradores é convidada para um coquetel, onde conhecem um pouco mais da história da empresa e compartilham deste momento tão importante (item **CELEBRAR**).

O resultado desse processo é uma equipe mais alinhada e comprometida com a cultura da companhia, com os resultados da empresa e, principalmente, uns com os outros.

Devido a todas essas atividades, fortes vínculos são estabelecidos entre o grupo, o que ajuda a garantir a regra de ouro da empresa: fazer aos outros o que gostaria que fizessem a você, ou seja, servir bem a todos igualmente.

- Pratas da Casa
- Seleção Externa
- Linkedin
- Treinamento para Novas Lojas
- Integração à Cultura
- Inclusão de Pessoas com Deficiência
- Programa de Alta Performance para PCD

INTEGRAÇÃO À CULTURA

Como parte da estratégia de fortalecimento da cultura da empresa, o Magazine Luiza promoveu, ao longo de 2014, a integração de mais de 1.400 colaboradores e terceirizados, em São Paulo, Franca (SP) e na região Nordeste. Eles participaram de uma série de treinamentos (palestras, bate-papos com os principais diretores e exibição de vídeos com depoimentos e história da companhia), em um total de 288 horas, nos quais foram apresentados ao Jeito Luiza de Ser.

A cultura é tão importante para o Magazine Luiza que a empresa escolhe fornecedores que compartilham de valores semelhantes. Além disso, a empresa oferece oficinas e treinamentos para disseminar as práticas e os conceitos de sua cultura entre os parceiros.

INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

A cultura da Inclusão de Pessoas com deficiência está se consolidando no Magazine Luiza, especialmente após a implantação do Programa de Inclusão, conduzido pela área de Relações Corporativas e Sustentabilidade, a partir de janeiro de 2013.

O acolhimento e a acessibilidade disseminada em suas unidades por meio de treinamentos, sensibilizações, adoção de novos processos, fizeram com que a prática da inclusão fosse incorporada e as equipes, preparadas para receber clientes e colegas de trabalho com deficiência.

A empresa dá todo o suporte necessário para que essa adaptação à rotina de trabalho nas lojas, CDs e escritórios seja tranquila, disponibilizando *software* para os deficientes visuais, curso de LIBRAS para as unidades que recebem deficientes auditivos em suas equipes e acessibilidade para as deficiências físicas e visuais.

O envolvimento das próprias pessoas com deficiência, por meio de pesquisas, foi fundamental para a definição das diretrizes. A principal referência externa foi a Rede Empresarial de Inclusão Social (www.redeempresarialdeinclusaosocial), da qual o Magazine Luiza passou a fazer parte, em março de 2013, como membro do grupo diretor.

Na TV corporativa, desde maio de 2013 é veiculado semanalmente o quadro “Sou Eficiente”, com um protagonista por quadro, mostrando a contribuição profissional que essas pessoas estão dando para a empresa. Para participar do quadro não basta a pessoa ter deficiência, ela tem que ser indicada por seu gestor e seus colegas, em reconhecimento ao seu bom desempenho. No quadro, a equipe e a liderança também são entrevistadas, e muitos falam dos receios que tinham antes de a pessoa entrar, e de como é conviver com ela. O profissional é entrevistado e fala o que tem feito na empresa e o que espera

Pratas da Casa
Seleção Externa
Linkedin

Treinamento para Novas Lojas
Integração à Cultura
Inclusão de Pessoas com Deficiência

Programa de Alta Performance para PCD

dali para a frente. Já foram exibidos mais de 150 desses quadros semanais desde o seu lançamento.

A quantidade de pessoas com deficiência cresceu de 302 em 31 de dezembro de 2012 para 1.051 em dezembro de 201). Todos recebem capacitação, treinamentos presenciais e/ou *e-learning*, bolsa de estudos de até 70% para cursos de graduação (oferecida a todos os colaboradores da empresa após um ano de casa, e para as PCDs após três meses), isenção do pagamento do plano de saúde (apenas para pessoas com deficiência) e demais benefícios legais.

Em 2014, o Programa de Inclusão do Magazine Luiza foi o ganhador do Prêmio Aberje de São Paulo (item **INSPIRAR**) por um filme produzido com entrevistas dos colaboradores com deficiência. O Magazine Luiza ficou na sétima posição entre as "Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência", premiação realizada pela primeira vez pela Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência, em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) e a consultoria i.Social, especializada em empregabilidade de pessoas com deficiência. O *case* do Magazine Luiza foi publicado no site do prêmio e também em uma publicação impressa, entre as 10 empresas finalistas (item **INSPIRAR**).

- Pratas da Casa
- Seleção Externa
- Linkedin
- Treinamento para Novas Lojas
- Integração à Cultura
- Inclusão de Pessoas com Deficiência
- Programa de Alta Performance para PCD

PROGRAMA DE ALTA *PERFORMANCE* PARA PCD NOVO

O “Programa de Alta *Performance* para Colaboradores com Deficiência” foi desenvolvido pela área de Gestão de Pessoas de Franca-SP, e é formado por uma equipe multidisciplinar composta por assistente social, psicoterapeuta, terapeuta ocupacional e professora de informática especialista no acompanhamento e desenvolvimento das pessoas com deficiência. Este programa tem o objetivo de identificar as necessidades e potencialidades individuais, para melhorar expressivamente a *performance* de cada um.

Em 2014, 52 colaboradores com deficiência, sendo 16 jovens aprendizes, que atuam no escritório de Franca, participaram do “Programa de Alta *Performance*”, com foco em sua área de desenvolvimento. Foram aplicados cursos de informática, cursos *online* específicos da área de atuação de cada colaborador e cursos de LIBRAS para todos os colaboradores. As atividades são realizadas com acompanhamento de assistentes sociais, terapeutas ocupacionais e psicopedagogos. Após os treinamentos, os colaboradores recebem a devolutiva com apresentação de seus resultados e monitoramento para potencialização das competências.

- Missão, Visão
- Valores e Princípios, Credo
- Líder Inspiradora
- Rito de Comunhão
- Conselho de Colaboradores
- Eleição do Conselho
- Atendimento 10 estrelas
- Juntos Somos Mais Loja
- Experiência Memorável
- Meritocracia
- Comunicação
- Autodesenvolvimento
- Disque-presidência
- Posicionamento de Marca
- Jeito de Ser com Fornecedores
- Patrocínio Copa do Mundo
- Prédio pra Você
- Cultura Empreendedora
- Camaradagem
- Reconhecimentos e Premiações
- Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
- Prêmio Aberje
- Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
- Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
- 100 Melhores Empresas em IDHO
- RHs Mais Admiradas
- GPTW América Latina
- Personalidade Empresarial da ABMN
- E-Bit
- Great Place to Work
- Prêmio Marketing Promocional
- Executiva Mais Confiável do Brasil
- Prêmio Os melhores do Varejo
- Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
- Effie Worldwide
- Empresários Mais Admirados do Brasil
- Guia Você S/A
- XVII Prêmio de Automação
- Prêmio GPTW no Varejo
- Marcas Mais Valiosas
- Empresário Amigo do Esporte
- Prêmio Líderes do Brasil 2014

Como sua empresa inspira seus funcionários a sentirem que seu trabalho tem um sentido e um significado maior do que apenas a simples execução de tarefas?

Para responder a essa questão, detalhe aspectos específicos da cultura de sua empresa que criam nos funcionários o sentimento de que estão fazendo algo único e especial, como:

- Práticas que ajudam a reforçar a missão, visão e valores.
- Práticas que mostram ao empregado o valor de seu trabalho para os clientes e/ou para a sociedade
- Histórias que reforçam o orgulho pela empresa e pela qualidade dos produtos

A missão, a visão, os valores, os princípios, a regra de ouro e os pilares de sustentação da cultura do Magazine Luiza norteiam o comportamento e as ações praticadas pelos líderes, colaboradores e todos aqueles que, direta ou indiretamente, se relacionam com a empresa.

A política de Gestão de Pessoas da companhia está baseada na valorização do ser humano e na crença da sua evolução.

MISSÃO

Ser uma empresa competitiva, inovadora e ousada que visa sempre o bem-estar comum.

VISÃO

Ser o grupo mais inovador do varejo nacional, oferecendo diversas linhas de produtos e serviços para a família brasileira. Estar presente onde, quando e como o cliente desejar, seja em lojas físicas, virtuais ou online. Encantar sempre o cliente com o melhor time do varejo, um atendimento diferenciado e preços competitivos.

- Missão, Visão
- Valores e Princípios, Credo
- Líder Inspiradora
- Rito de Comunhão
- Conselho de Colaboradores
- Eleição do Conselho
- Atendimento 10 estrelas
- Juntos Somos Mais Loja
- Experiência Memorável
- Meritocracia
- Comunicação
- Autodesenvolvimento
- Disque-presidência
- Posicionamento de Marca
- Jeito de Ser com Fornecedores
- Patrocínio Copa do Mundo
- Prédio pra Você
- Cultura Empreendedora
- Camaradagem
- Reconhecimentos e Premiações
- Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
- Prêmio Aberje
- Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
- Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
- 100 Melhores Empresas em IDHO
- RHs Mais Admiradas
- GPTW América Latina
- Personalidade Empresarial da ABMN
- E-Bit
- Great Place to Work
- Prêmio Marketing Promocional
- Executiva Mais Confiável do Brasil
- Prêmio Os melhores do Varejo
- Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
- Effie Worldwide
- Empresários Mais Admirados do Brasil
- Guia Você S/A
- XVII Prêmio de Automação
- Prêmio GPTW no Varejo
- Marcas Mais Valiosas
- Empresário Amigo do Esporte
- Prêmio Líderes do Brasil 2014

VALORES E PRINCÍPIOS

Respeito, Desenvolvimento e Reconhecimento: nós colocamos as pessoas em primeiro lugar. Elas são a força e a vitalidade da nossa organização;

Ética: nossas ações e relações são baseadas na verdade, integridade, honestidade, transparência, justiça e bem comum;

Simplicidade e Liberdade de Expressão: buscamos a simplicidade nas nossas relações e processos, respeitamos as opiniões de todos e estamos abertos a ouvi-las, independentemente da posição que ocupam na empresa;

Inovação e Ousadia: cultivamos o empreendedorismo na busca de fazer diferente, por meio de iniciativas inovadoras e ousadas;

Crença: acreditamos em um Ser Supremo, independentemente de religião, bem como nas pessoas, na empresa e no nosso País;

Regra de Ouro: faça aos outros o que gostaria que fizessem a você.

CREDO

Em 2012, o Magazine Luiza lançou o seu “Credo”, um material que ratifica e explicita os valores e conduta da empresa. Tal documento foi elaborado após uma série de reuniões, pesquisas e trabalhos em comitês. O processo foi conduzido em parceria com a Amana-key, com o objetivo de definir e perpetuar a essência da empresa. O texto final foi gravado em vídeo pela presidente do grupo, Luiza Helena Trajano.

O material é utilizado nos treinamentos de loja nova, sendo uma ferramenta de apoio para disseminação e fortalecimento da cultura. Todas as unidades possuem uma cópia do vídeo para utilização com suas equipes e os colaboradores também podem consultar o texto no Portal Luiza.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

O texto final diz:

Nossa principal responsabilidade é com todas as pessoas.

Trabalhamos para elevar o seu nível de bem-estar e felicidade, em prol de um mundo melhor e pela evolução da humanidade.

O nosso negócio se faz no relacionamento com as pessoas.

Temos uma regra de ouro: "faça aos outros o que gostaria que fizessem a você".

Criamos vínculos duradouros pela prática do ganha-ganha, confiança, senso de justiça e uma atitude pacificadora.

Nas atividades, de todas as áreas, atuamos para que os clientes possam realizar seus sonhos e ampliar seu bem-estar. Dessa forma, estamos contribuindo para a realização do nosso propósito e para o bem comum.

Empreendemos ações de cidadania que vão além do negócio e contribuem igualmente para o bem comum e para a geração de ganhos compartilhados.

Agimos com base na ética, na integridade, na transparência, na justiça, com empatia, humildade e gentileza. Palavra dada, palavra cumprida.

Quando erramos, enfrentamos nossas falhas e pedimos desculpas de forma sincera e natural, porque nossa intenção é sempre fazer o melhor. Também sabemos como celebrar os resultados alcançados, valorizando as pessoas envolvidas.

Agimos com boas intenções e um interesse genuíno, sincero, verdadeiro e autêntico pelo bem-estar do outro. Agimos de corpo e alma, acolhendo a todos com cortesia, amabilidade, polidez, carinho e amizade, num servir da mais alta qualidade.

Agimos com base na honestidade e na verdade. A verdade liberta. Ela é transparente. E quando é colocada para o crescimento das pessoas, nunca ofende.

Prezamos a simplicidade. Uma simplicidade que é marcada pelo olho no olho e por um pensar grande, mas associado a ações objetivas, com os pés no chão. Uma simplicidade que ensina pelo exemplo e gera velocidade em tudo que fazemos.

Acreditamos no infinito potencial criativo e transformador das pessoas. Não aceitamos qualquer tipo de preconceito. Valorizamos a diversidade.

Criamos espaços e condições para que cada um expresse seus sentimentos, talentos, competências e habilidades, trazendo à tona o seu melhor eu.

Cultivamos um ambiente de respeito, de liberdade de expressão, com portas abertas e acesso livre às lideranças, que permitem que as pessoas se manifestem sem qualquer tipo de medo.

Respeitamos as opiniões de todos e estamos abertos a ouvi-las, não importa a posição que ocupam na empresa.

Atraímos, escolhemos e reconhecemos pessoas com base na integridade

- Missão, Visão
- Valores e Princípios, Credo
- Líder Inspiradora
- Rito de Comunhão
- Conselho de Colaboradores
- Eleição do Conselho
- Atendimento 10 estrelas
- Juntos Somos Mais Loja
- Experiência Memorável
- Meritocracia
- Comunicação
- Autodesenvolvimento
- Disque-presidência
- Posicionamento de Marca
- Jeito de Ser com Fornecedores
- Patrocínio Copa do Mundo
- Prédio pra Você
- Cultura Empreendedora
- Camaradagem
- Reconhecimentos e Premiações
- Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
- Prêmio Aberje
- Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
- Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
- 100 Melhores Empresas em IDHO
- RHs Mais Admiradas
- GPTW América Latina
- Personalidade Empresarial da ABMN
- E-Bit
- Great Place to Work
- Prêmio Marketing Promocional
- Executiva Mais Confiável do Brasil
- Prêmio Os melhores do Varejo
- Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
- Effie Worldwide
- Empresários Mais Admirados do Brasil
- Guia Você S/A
- XVII Prêmio de Automação
- Prêmio GPTW no Varejo
- Marcas Mais Valiosas
- Empresário Amigo do Esporte
- Prêmio Líderes do Brasil 2014

e na motivação. Praticamos uma meritocracia na qual o reconhecimento é proporcional ao engajamento, à dedicação e à contribuição para o todo.

Abrimos espaços para que todos expressem sua capacidade de criar num regime de liberdade acompanhada: autonomia regida por princípios.

Não somos seguidores. Somos pioneiros, somos inovadores.

Cultivamos o empreendedorismo. Pensamos fora da caixa e não temos medo de equações impossíveis. Melhor o funcionário que faz e erra do que o que não faz e não erra.

Para nós o lucro é fundamental, mas ele nunca deve ser obtido em detrimento dos valores essenciais do ser humano. Buscamos resultados com qualidade e sustentabilidade, que gerem um retorno justo para os nossos acionistas e viabilizem o reinvestimento na modernização da empresa, na expansão dos negócios e no desenvolvimento dos colaboradores. Para gastar, é preciso ganhar.

Temos orgulho de sermos brasileiros e acreditamos em nosso país.

Enxergamos a empresa como parte de um todo maior e buscamos o bem comum por meio de nossas ações no dia a dia.

Atuamos pela geração de trabalho e renda, para a melhoria da justiça social e da educação no país, e para a sustentabilidade e restauração do meio ambiente de modo que as futuras gerações encontrem um mundo melhor.

Acreditamos num ser supremo, respeitando todas as religiões, bem como nas pessoas, na empresa e no nosso país. Nos guiamos pelo espiritual, buscando trazer sabedoria e o melhor discernimento a todas as nossas ações e decisões. Orientamo-nos pelo amor, que é o princípio básico, a essência de tudo, que leva sempre aos melhores resultados para todos.

Com todos na empresa, da presidência à base, observando esse credo e vivendo dessa forma faremos com que nosso trabalho no Magazine Luiza seja cada vez mais significativo e nos leve à plena realização como seres humanos.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

LÍDER INSPIRADORA

A presidente Luiza Helena Trajano é uma inspiração para os colaboradores do Magazine Luiza. Por sua atuação destacada pelo desenvolvimento do Brasil e pelo estímulo ao empreendedorismo, é frequentemente convidada para dar palestras e participar de seminários e debates. Em 2014, a presidente ministrou 85 palestras, para diversos públicos, como executivos, colaboradores de outras empresas, estudantes, grupos de mulheres, entre outros, em vários estados do País.

Sua atuação também se destaca como presidente do Instituto de Desenvolvimento do Varejo (IDV) e do Conselho de Desenvolvimento Econômico Social (CDES) da Presidência da República.

Por esta disponibilidade em contribuir com a sociedade, Luiza Helena foi convidada pelo Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016 para ocupar uma das cinco vice-presidências de seu conselho diretor. A presidente do Magazine Luiza é a única mulher a integrar a mesa do conselho diretor, que é um órgão de administração e representação da Olimpíada no Rio de Janeiro em 2016, com participação em reuniões mensais em 2014.

Em 2014, Luiza Helena também foi destaque em diversos programas de TV e Revistas Nacionais, como a entrevista concedida à jornalista Marília Gabriela, no programa “De Frente com Gabi”, da emissora SBT, onde esclareceu sua visão sobre empreendedorismo, política e economia no Brasil.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

RITO DE COMUNHÃO

Momento em que há uma grande sinergia e alinhamento de toda a empresa, com a renovação permanente dos vínculos, dos valores e da aproximação uns com os outros, o “Rito de Comunhão” é realizado todas as segundas-feiras pela manhã em todas as unidades da companhia, com a coordenação dos próprios colaboradores, que se dividem através de uma escala de apresentações.

Neste momento, além de alinhar questões práticas relacionadas ao dia a dia na loja ou empresa, no caso dos escritórios, os colaboradores têm a oportunidade de compartilhar um momento de integração e motivação que faz jus à premissa de valorização das pessoas em primeiro lugar, tão cultivada e difundida no Magazine Luiza.

O “Rito de Comunhão” segue um roteiro base, que prevê a comunhão com a Pátria (canta-se o Hino Nacional de frente para a Bandeira Brasileira), com a empresa (canta-se o Hino do Magazine Luiza) e com o Absoluto (realiza-se a oração do Pai Nosso), o compartilhamento dos resultados, as principais notícias da imprensa e a celebração por resultados ou datas comemorativas. No entanto, os colaboradores têm liberdade total para criar e tornar este momento descontraído.

O “Rito de Comunhão” também é uma oportunidade para os colaboradores do escritório de São Paulo conviverem diretamente com a presidente Luiza Helena Trajano. Todas as segundas-feiras, ela participa ativamente da reunião, dando sugestões e compartilhando suas experiências.

O momento é precioso para a equipe, que pode ouvir da própria presidente desde conselhos práticos do dia a dia até depoimentos sobre atividades das quais ela participa frequentemente. Esse mesmo aprendizado é dividido com todos os colaboradores quando a presidente participa da TV

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

Luiza, geralmente em programas especiais para contar alguma novidade ou experiência nova aprendida.

Um reconhecimento por essa conduta veio com a pesquisa Guia Exame Você S/A 2012, que apontou Luiza Helena como uma das cinco presidentes mais próximas de sua equipe.

Em 2014, os gerentes Regionais receberam o reconhecimento da primeira fase do programa Taça Luiza durante o “Rito de Comunhão” do escritório de São Paulo. Além disso, as homenagens aos colaboradores que completam 25 e 30 anos de empresa e a cerimônia de posse do Conselho de Colaboradores são realizadas durante um Rito de Comunhão, anualmente.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

CONSELHO DE COLABORADORES

O “Conselho de Colaboradores” é uma instância de representatividade dos colaboradores, criada em 1995, com a qual a equipe coloca em prática a gestão participativa, uma das principais características da cultura do Magazine Luiza.

Este conselho é eleito anualmente, em cada uma das unidades, e os conselheiros contribuem com o gerente da loja em decisões importantes. Podem se candidatar todas as pessoas que estão há mais de seis meses no cargo, com exceção das lideranças. Cada integrante do grupo atua como guardião da alma e dos valores da empresa no ambiente de trabalho. Participar do conselho é também uma oportunidade para o autodesenvolvimento pessoal e profissional. No Portal do Saber (item **DESENVOLVER**), a empresa oferece cursos sobre o “Conselho de Colaboradores”.

Entre as responsabilidades do Conselho de Colaboradores estão: assegurar a justiça e o bem-estar do cliente interno e externo; acompanhar junto às lideranças os processos de demissões e admissões; apoiar o Disque-Presidência; ser porta-voz e aproximar a equipe das lideranças; manter sigilo das informações tratadas; estimular a participação e o envolvimento da equipe no “Rito de Comunhão”, na TV Luiza, nas “Reuniões Matinais” e em outros eventos que resgatem a alma da empresa; realizar eventos comemorativos em datas especiais e promover confraternizações com a equipe, além de coordenar a eleição do “Funcionário Destaque”.

Nas lojas, a coordenação do pleito fica a cargo dos próprios conselheiros e das lideranças. Nos escritórios e Centros de Distribuição há um apoio extra da equipe de Gestão de Pessoas. O número de representantes no conselho é proporcional ao tamanho das unidades.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

ELEIÇÃO DO CONSELHO

Mais de 700 unidades do Magazine Luiza, entre lojas, escritórios e centros de distribuição, promoveram a eleição do "Conselho de Colaboradores" em março de 2014. Pilar importante da cultura, o conselho reforça a prática da gestão participativa e democrática e cria oportunidade de autodesenvolvimento, tanto pessoal quanto profissional.

Todos os colaboradores com mais de seis meses no cargo, com exceção das lideranças, puderam concorrer. A participação das lideranças na fase eleitoral foi fundamental como forma de incentivo para os colaboradores que se candidataram.

Em abril a empresa realizou o "Ritão de Posse" para os novos conselheiros, que assumiram a gestão do "Conselho de Colaboradores" até março de 2015.

Em 2014, a equipe de conselheiros do escritório de negócios de São Paulo realizou mais de 20 ações sociais e eventos corporativos como mobilização para vacinação contra a gripe, campanha de reciclagem de lixo eletrônico, campanha do agasalho, arrecadação de brinquedos para crianças carentes no Dia das Crianças e no Natal. E os principais eventos corporativos organizados pelo Conselho de Colaboradores foram o "*Spa Day*", que ofereceu cursos de automaquiagem às colaboradores e curso de cuidados ao se barbear aos colaboradores, e o o*pen house* do Dia das Crianças, em que os filhos dos colaboradores passam um dia no escritório, conhecem o local do trabalho de seus pais e participam de atividades recreativas em conjunto.

"Spa day", dia das mães no escritório de São Paulo e aniversário ENSP

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

ATENDIMENTO 10 ESTRELAS

Sempre em busca da excelência para o atendimento ao cliente, o programa “10 Estrelas” adota uma abordagem interativa e vivencial para que o vendedor se atualize, fique motivado e pratique o bom relacionamento com os clientes, dentro dos princípios e valores da empresa. Com isso, fica preparado para desenvolver o Jeito Luiza de Ser e cativar os clientes.

O programa foi construído pelas equipes de Gestão de Pessoas e de Vendas do Magazine Luiza, em conjunto com consultorias. O conteúdo do programa foi desenvolvido com base nas melhores experiências internas dos vendedores e gerentes da empresa.

Todo gerente e gestor administrativo são preparados como multiplicadores e têm o dever de treinar sua equipe. O “Programa 10 Estrelas” é oferecido em treinamento presencial e à distância (Portal do Saber). Para um constante aperfeiçoamento, o programa mantém o “Cliente Surpresa”, que visita as lojas, avalia e possibilita melhorias.

JUNTOS SOMOS MAIS LOJA NOVO

O projeto “Juntos Somos Mais Loja” foi implantado em 2014 com o objetivo de integrar as equipes de operações e da LuizaCred nas lojas. Foram realizados treinamentos sobre procedimentos operacionais e, com a integração da equipe, mais de 18 mil colaboradores que atuam nas lojas foram impactados positivamente e passaram a vender serviços financeiros, que antes eram vendidos exclusivamente por colaboradores da LuizaCred. O resultado foi o aumento das oportunidades de vendas e recompensa por comissões para cada colaborador, além de se desenvolverem profissionalmente e aumentarem a produtividade individual.

- Missão, Visão
- Valores e Princípios, Credo
- Líder Inspiradora
- Rito de Comunhão
- Conselho de Colaboradores
- Eleição do Conselho
- Atendimento 10 estrelas
- Juntos Somos Mais Loja
- Experiência Memorável
- Meritocracia
- Comunicação
- Autodesenvolvimento
- Disque-presidência
- Posicionamento de Marca
- Jeito de Ser com Fornecedores
- Patrocínio Copa do Mundo
- Prédio pra Você
- Cultura Empreendedora
- Camaradagem
- Reconhecimentos e Premiações
- Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
- Prêmio Aberje
- Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
- Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
- 100 Melhores Empresas em IDHO
- RHs Mais Admiradas
- GPTW América Latina
- Personalidade Empresarial da ABMN
- E-Bit
- Great Place to Work
- Prêmio Marketing Promocional
- Executiva Mais Confiável do Brasil
- Prêmio Os melhores do Varejo
- Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
- Effie Worldwide
- Empresários Mais Admirados do Brasil
- Guia Você S/A
- XVII Prêmio de Automação
- Prêmio GPTW no Varejo
- Marcas Mais Valiosas
- Empresário Amigo do Esporte
- Prêmio Líderes do Brasil 2014

EXPERIÊNCIA MEMORÁVEL NOVO

A catadora de materiais recicláveis Maria Sueli dos Santos fez sucesso na Internet com sua declaração em um vídeo publicado por um site de notícias, em que destacou a importância dos brasileiros receberem bem a Copa do Mundo e criticou a violência e o vandalismo de parte dos manifestantes. Maria Sueli contou que seu sonho era ter uma TV que funcionasse para assistir aos jogos da Copa do Mundo pois a sua estava com defeito. A comoção do público com o vídeo de Maria Sueli gerou uma campanha na Internet para arrecadação do valor equivalente a uma TV, para que ela pudesse assistir aos jogos.

Antes das arrecadações da campanha terem início, a equipe de *Marketing* do Magazine Luiza anunciou, por meio das redes sociais da companhia, que o Magazine Luiza daria uma TV de 32' de presente para Maria Sueli. A ação foi feita em parceria com a LG e gerou grande repercussão na Internet.

MERITOCRACIA

A meritocracia é um pilar da cultura do Magazine Luiza vivido na prática. A empresa tem uma crença muito forte nas pessoas e de que é possível ter sucesso no negócio e ao mesmo tempo ter pessoas felizes no aspecto profissional. A empresa reconhece e tem várias formas de agradecer esse compromisso.

Por isso, desenvolve campanhas internas – "Funcionário Destaque" e o "Prêmio Luiza Helena", que, no conjunto, reconhecem o atendimento, a excelência em vendas, a superação de metas e, principalmente, a atitude de cada um. A trajetória profissional dentro da empresa é clara e a meritocracia é o principal critério de promoção.

As lideranças são responsáveis por reconhecer e recompensar, e têm autonomia para criar outras práticas motivadoras em suas unidades, para as pessoas que mereçam ser destacadas.

Reconhecer e premiar o esforço dos colaboradores traz como retorno o aumento da autoestima, do orgulho da empresa e a consequente melhoria continua do desempenho.

É missão do líder garantir, junto com o Conselho de Colaboradores, que o processo de promoção seja justo, transparente e coerente com os valores da empresa.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

COMUNICAÇÃO

A comunicação é um dos pilares que sustentam um dos valores mais importantes da empresa: a transparência. O Magazine Luiza tem como regra comunicar os passos importantes da companhia com antecedência aos seus colaboradores. Para isso, faz uso de seus veículos de comunicação interna (Portal Luiza, Rádio Luiza e TV Luiza) e dos momentos coletivos vivenciados (Reunião Matinal, Rito de Comunhão, Seminário de Posicionamento Estratégico).

Outros mecanismos de comunicação utilizados pela empresa são a Pesquisa de Clima e a Avaliação 360º, instrumentos que possibilitam ouvir os colaboradores e auxiliar na gestão de suas necessidades (item **FALAR** e **ESCUTAR**)

AUTODESENVOLVIMENTO

O autodesenvolvimento é um dos pilares da cultura da empresa. A equipe é estimulada permanentemente a assumir desafios que desenvolvam seu potencial. Esta prática é disseminada pelas lideranças, que incentivam suas equipes a buscar o autodesenvolvimento e a traçar plano de carreira individual. Para isso, a liderança orienta o colaborador a se inscrever no Banco de Talentos, acessível no Portal Luiza, e divulga também as vagas disponíveis na empresa, para que cada um tenha liberdade de seguir seu plano de carreira.

- Missão, Visão
- Valores e Princípios, Credo
- Líder Inspiradora
- Rito de Comunhão
- Conselho de Colaboradores
- Eleição do Conselho
- Atendimento 10 estrelas
- Juntos Somos Mais Loja
- Experiência Memorável
- Meritocracia
- Comunicação
- Autodesenvolvimento
- Disque-presidência
- Posicionamento de Marca
- Jeito de Ser com Fornecedores
- Patrocínio Copa do Mundo
- Prédio pra Você
- Cultura Empreendedora
- Camaradagem
- Reconhecimentos e Premiações
- Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
- Prêmio Aberje
- Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
- Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
- 100 Melhores Empresas em IDHO
- RHs Mais Admiradas
- GPTW América Latina
- Personalidade Empresarial da ABMN
- E-Bit
- Great Place to Work
- Prêmio Marketing Promocional
- Executiva Mais Confiável do Brasil
- Prêmio Os melhores do Varejo
- Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
- Effie Worldwide
- Empresários Mais Admirados do Brasil
- Guia Você S/A
- XVII Prêmio de Automação
- Prêmio GPTW no Varejo
- Marcas Mais Valiosas
- Empresário Amigo do Esporte
- Prêmio Líderes do Brasil 2014

DISQUE-PRESIDÊNCIA

Aberto a todos, o “Disque-Presidência” é mais um canal de comunicação que possibilita a todo colaborador, se desejar, denunciar práticas em desacordo com os valores da empresa.

A própria presidente, Luiza Helena Trajano, e a diretora de Gestão de Pessoas, Telma Rodrigues, analisam as denúncias com o objetivo de fazer prevalecer a justiça, a ética e a valorização da equipe.

O sigilo é garantido e nenhum colaborador sofre pena, punição ou retaliação por denunciar ou testemunhar práticas de má-fé ou lesão ao patrimônio da empresa. Com este canal, todos são convidados a manter a política de transparência e diálogo aberto.

POSICIONAMENTO DE MARCA

Por meio do posicionamento de marca, o Magazine Luiza deixa claro, publicamente, quais devem ser as atitudes de seus líderes e de sua equipe. O compromisso atual da companhia é o Vem ser feliz – *slogan* que posiciona as ações de *marketing* da companhia e expressa, de forma concisa, o jeito de ser e de pensar da empresa, que não quer apenas vender produtos, mas realizar os sonhos de seus clientes.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

JEITO DE SER COM FORNECEDORES

No setor de varejo, a relação de interdependência do comércio com a indústria é muito forte e pode ser muito saudável para ambos se cada um considerar que o ganho vem de um preço justo ao consumidor, um ganho justo para o trabalhador e ganhos justos para ambos os parceiros. É o conceito do "ganha-ganha" – todos ganham e se desenvolvem, contribuindo também para o desenvolvimento do País.

Para oficializar esta visão, o Magazine Luiza assina com seus fornecedores, desde 2002, uma carta de parceria, na qual todos os aspectos negociados são especificados, garantindo assim a tranquilidade para realizar o planejamento ao longo do ano, em uma relação de grande transparência. Esta prática contribui para a profissionalização e melhoria dos procedimentos, e reduz os riscos de uma produção mal planejada, que poderia prejudicar as duas partes.

Para oficializar ainda mais estes comprometimentos, a partir de 2010, todos os contratos da empresa passaram a conter uma cláusula específica sobre Responsabilidade Social e Ambiental, que garante:

"O Magazine Luiza defende o cumprimento da legislação, a preservação do meio ambiente, o respeito às pessoas e aos direitos humanos. A empresa se posiciona firmemente contrária a práticas de desmatamento de áreas embargadas ou de proteção ambiental, assim como é contra a utilização de trabalhadores em condições indignas e/ou ilegais, e também contra a utilização de mão de obra infantil, práticas de preconceito, assédio moral e assédio sexual. O Magazine Luiza explicita que seus fornecedores, parceiros e empresas devem comungar destas convicções e adotar práticas contra a degradação do meio ambiente e do ser humano. Caso haja evidências de práticas contrárias a estas premissas, o Magazine Luiza romperá os acordos e compromisso comerciais com as empresas até que elas revejam sua posição e redirecionem suas atitudes".

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação
Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil
Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

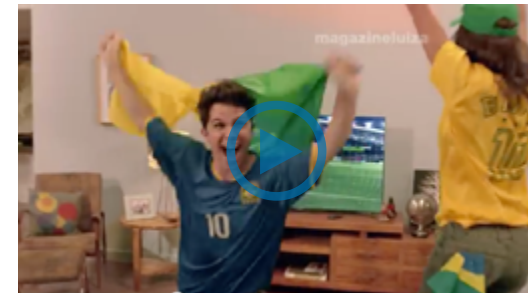
Com a expansão do Magazine Luiza, a cada nova unidade aberta, a economia do município ganha um incremento, não só pela geração de empregos e recolhimentos de impostos, mas também pelos diferentes serviços demandados daquela comunidade. Um deles é o serviço de mão-de-obra para construção e reforma dos pontos comerciais onde a empresa vai instalar sua nova unidade.

Ao observar que algumas empreiteiras contratadas para a realização das obras estavam desconsiderando as condições de qualidade de vida de seus trabalhadores, o departamento de Expansão passou a adotar, em todas as suas contratações, desde 2004, uma Carta de Ética assinada pelo contratado, contendo requisitos e critérios necessários de bom tratamento e cumprimento dos direitos trabalhistas.

Esta carta passou a ser requisito para as novas contratações. A medida deixa claro o posicionamento do Magazine Luiza de, além de adotar e defender as boas práticas de valorização das pessoas, também influenciar seus parceiros a terem a mesma conduta.

PATROCÍNIO COPA DO MUNDO NOVO

Em 2014, o Magazine Luiza foi a única rede de varejo que patrocinou a transmissão da Copa do Mundo pela Rede Globo, emissora presente em 98% dos domicílios brasileiros. A empresa entrou para o rol das grandes marcas nacionais ao associar-se ao evento mais importante do Brasil.



A compra da cota de transmissão aumentou significativamente a visibilidade da marca junto à população brasileira, tornando-a ainda mais forte e competitiva no mercado.

Esta ação buscou atender a premissa principal do Magazine Luiza, que é proporcionar felicidade aos clientes, considerando que o Futebol é paixão nacional, é democrático e mexe com os sentimentos dos brasileiros e por isso a empresa quis estar junto em um momento tão especial como este.

O patrocínio à transmissão dos jogos da Copa do Mundo pela Rede Globo consolidou a presença do Magazine Luiza entre o público brasileiro durante a transmissão dos jogos, segundo pesquisas de mercado, nove em cada dez pessoas assistiram os jogos de futebol pela Globo.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

PRÉDIO PRA VOCÊ NOVO

O Magazine Luiza promoveu uma campanha inédita que sorteou dois prédios entre os clientes que compraram, no período da campanha, qualquer produto em uma das lojas da rede, no site ou no Televendas (acima de R$ 100).

A promoção fez parte da estratégia adotada pela empresa em 2014, para o patrocínio das transmissões dos jogos da Copa do Mundo no Brasil. Como garotos-propaganda da campanha, atuaram o jogador Fred, o ex-atleta Marcos e a Lu, vendedora virtual da companhia.

Mais de 60 milhões de cupons foram colocados nas urnas pelos clientes das lojas e do site. A multicanalidade foi um diferencial da campanha na interação do jogar Fred com a vendedora virtual Lu durante os filmes da campanha, e nas redes sociais do jogador e da empresa.

O vencedor do primeiro prédio, no valor de R$ 1 milhão, é do Rio Grande do Sul. Evaldo Sidnei Nogueira trabalha em dois empregos, inclusive durante a madrugada, e mora em uma casa simples, que sonhava em reformar, com a esposa e quatro filhos.

O prêmio foi entregue em um resort em Campinas-SP, durante o evento de Posicionamento Estratégico da Empresa. Evaldo e a família foram convidados a ir até Campinas com a justificativa de participarem de uma pesquisa da empresa sobre a opinião de alguns consumidores, eles passaram dias no resort aproveitando as áreas de lazer.

Ao subir ao palco, Evaldo foi anunciado como o primeiro contemplado da campanha e não conteve a emoção.

- Missão, Visão
- Valores e Princípios, Credo
- Líder Inspiradora
- Rito de Comunhão
- Conselho de Colaboradores
- Eleição do Conselho
- Atendimento 10 estrelas
- Juntos Somos Mais Loja
- Experiência Memorável
- Meritocracia
- Comunicação
- Autodesenvolvimento
- Disque-presidência
- Posicionamento de Marca
- Jeito de Ser com Fornecedores
- Patrocínio Copa do Mundo
- Prédio pra Você
- Cultura Empreendedora
- Camaradagem
- Reconhecimentos e Premiações
- Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
- Prêmio Aberje
- Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
- Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
- 100 Melhores Empresas em IDHO
- RHs Mais Admiradas
- GPTW América Latina
- Personalidade Empresarial da ABMN
- E-Bit
- Great Place to Work
- Prêmio Marketing Promocional
- Executiva Mais Confiável do Brasil
- Prêmio Os melhores do Varejo
- Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
- Effie Worldwide
- Empresários Mais Admirados do Brasil
- Guia Você S/A
- XVII Prêmio de Automação
- Prêmio GPTW no Varejo
- Marcas Mais Valiosas
- Empresário Amigo do Esporte
- Prêmio Líderes do Brasil 2014

CULTURA EMPREENDEDORA

O empreendedorismo e a ousadia que tornam o Magazine Luiza reconhecido nos negócios também são incentivados internamente. A empresa oferece muitas oportunidades para quem quer crescer aqui dentro. A política do "ganha-ganha" faz parte da cultura da companhia, que só cresce quando o colaborador cresce também e o empreendedorismo interno é apoiado.

Por isso, desenvolve projetos de incentivos como o plano de carreira, cheque-mãe, cheque educação especial, bolsas de estudos e reembolso de farmácia, disponibilizando mecanismos que permitem com que as pessoas vivenciem, constantemente, os Valores e Princípios da empresa.

"Liberdade Acompanhada": o gerente de uma loja, por exemplo, não executa apenas as suas funções operacionais e administrativas. Ele pode definir o preço, aprovar o crédito, criar propagandas e campanhas em sua cidade, contratar e demitir pessoas, participar de ações da comunidade, sempre de acordo com os princípios e valores da companhia e com o código de conduta. O gerente é sempre acompanhado, mas tem sua autonomia garantida. Cada gerente dirige a loja como se fosse dono dela.

CAMARADAGEM

A política do "ganha-ganha" é constantemente disseminada na empresa, inclusive nas relações de trabalho. Graças aos modelos adotados na companhia, que visam o trabalho em equipe em vez da competição, a colaboração entre funcionários propicia, também, que todos possam ganhar, para facilitar o trabalho entre colaboradores de diferentes áreas, são criados comitês sobre temas específicos, pontuais ou contínuos, onde são desenvolvidas atividades em conjunto.

Essas práticas reforçam o conceito de camaradagem entre os colaboradores. O trabalho em equipe e a ajuda ao outro é mais do que uma qualidade desejada no time, tornando-se um importante diferencial no resultado da companhia e, consequentemente, nos resultados individuais.

Um exemplo dessa camaradagem em busca de objetivos comuns ocorre quando áreas diferentes juntam forças para trabalhar unidas. Na loja, o colaborador que vende, por exemplo, um serviço de empréstimo, pode incentivar o cliente a comprar com um vendedor, que vende móveis e eletrônicos. Assim, ambos ganham com a venda e o cliente pode realizar o sonho de mobiliar ou modernizar sua casa.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

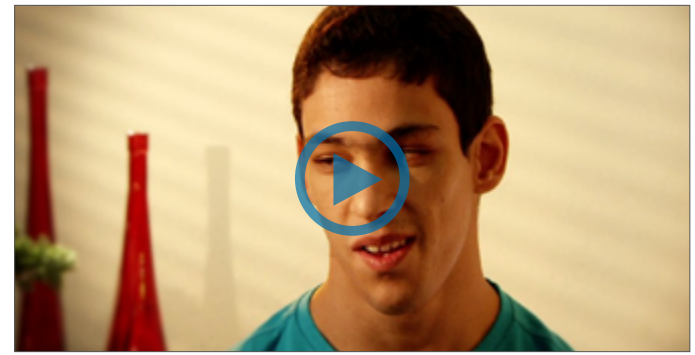
RECONHECIMENTOS E PREMIAÇÕES

São vários os aspectos pelos quais os colaboradores sentem orgulho da empresa. A valorização das pessoas, o bom relacionamento com os fornecedores, os prêmios que a empresa conquistou e a constante inovação são, sem dúvidas, alguns dos diferenciais do Magazine Luiza. E o mercado reconhece isso.

A relação de prêmios a seguir demonstra que a inovação, as boas práticas de gestão, a conduta ética e a valorização das pessoas são reconhecidas por instituições respeitadas no mercado e também pelos colaboradores e seus familiares, que sentem orgulho da empresa.

PRÊMIO ABERJE NOVO

Em setembro de 2014, a empresa recebeu o Prêmio Aberje 2014 do estado de São Paulo, pelo filme exibido em março no Seminário de Posicionamento Estratégico, produzido para o Programa de Inclusão (item **RECEBER**) que mostra os resultados em termos de incorporação da inclusão de pessoas com deficiência. A gerente de Relações Corporativas e Sustentabilidade, Ivone Santana, representou a empresa e apresentou todo o Programa de Inclusão em uma das fases do prêmio.



Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

PRÊMIO MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHADORES COM DEFICIÊNCIA

Em 2014, o Magazine Luiza ficou na sétima colocação do 1º Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência, promovido pela Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) e a consultoria i.Social, especializada em empregabilidade de pessoas com deficiência.

Cerca de 60 empresas públicas e privadas do Estado de São Paulo participaram da seleção apresentando suas experiências de inclusão profissional e foram avaliadas nos quesitos: acessibilidade, cultura organizacional, gestão de pessoas com deficiência, protagonismo, recrutamento e seleção. Como resultado, os organizadores do prêmio editaram também uma publicação com as melhores práticas e utilizando o *case* do Magazine Luiza como uma das referências.

PRÊMIO GESTÃO DE PESSOAS NO VAREJO 2014

O Magazine Luiza recebeu o prêmio Gestão de Pessoas no Varejo 2014 durante o Fórum Nacional do Varejo, promovido pelo LIDE. O diretor de Marketing, na época, Rogério Bruxellas representou a empresa na premiação, realizada em abril de 2014.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

PRÊMIO PERSONALIDADE EMPRESARIAL - LIDE NOVO

Luiza Helena recebeu o prêmio Personalidade Empresarial no Fórum de Comandatuba-BA. Promovido pelo LIDE – Grupo de Líderes Empresariais, o Fórum de Comandatuba discute temas da política econômica, gestão empresarial e responsabilidade social que impactam no cenário nacional.

100 MELHORES EMPRESAS EM INDICADOR DE DESENVOLVIMENTO HUMANO E ORGANIZACIONAL – IDHO

O Magazine Luiza recebeu certificação como uma das 100 Melhores Empresas em Indicador de Desenvolvimento Humano e Organizacional – IDHO, prêmio concedido anualmente pela revista Gestão & RH. A empresa foi ainda destaque na dimensão “Transparência”. A coordenadora de Seleção e Carreira Elizabeth Silveira, e o especialista em Comunicação Ivan Tozzi representaram o Magazine Luiza na premiação.

RHs MAIS ADMIRADAS

Telma Rodrigues, diretora de Gestão de Pessoas, está na lista dos RHs Mais Admirados do Brasil pela 9º vez.

A premiação é promovida anualmente pela Editora Gestão e RH.

GPTW AMÉRICA LATINA

O Magazine Luiza é a 15ª melhor empresa nacional para trabalhar da América Latina pelo ranking do Instituto Great Place to Work.

- Missão, Visão
- Valores e Princípios, Credo
- Líder Inspiradora
- Rito de Comunhão
- Conselho de Colaboradores
- Eleição do Conselho
- Atendimento 10 estrelas
- Juntos Somos Mais Loja
- Experiência Memorável
- Meritocracia
- Comunicação
- Autodesenvolvimento
- Disque-presidência
- Posicionamento de Marca
- Jeito de Ser com Fornecedores
- Patrocínio Copa do Mundo
- Prédio pra Você
- Cultura Empreendedora
- Camaradagem
- Reconhecimentos e Premiações
- Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
- Prêmio Aberje
- Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
- Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
- 100 Melhores Empresas em IDHO
- RHs Mais Admiradas
- GPTW América Latina
- Personalidade Empresarial da ABMN
- E-Bit
- Great Place to Work
- Prêmio Marketing Promocional
- Executiva Mais Confiável do Brasil
- Prêmio Os melhores do Varejo
- Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
- Effie Worldwide
- Empresários Mais Admirados do Brasil
- Guia Você S/A
- XVII Prêmio de Automação
- Prêmio GPTW no Varejo
- Marcas Mais Valiosas
- Empresário Amigo do Esporte
- Prêmio Líderes do Brasil 2014

PERSONALIDADE EMPRESARIAL DA ABMN

A presidente Luiza Helena foi indicada pelos membros da Diretoria e do Conselho da ABMN – Associação Brasileira de Marketing e Negócios ao prêmio de Personalidade Empresárial. Esta indicação é o reconhecimento de seu estilo de liderança e à história de conquistas que a acompanham em sua trajetória.

E-BIT

O Magazine Luiza recebeu o Prêmio Excelência em Qualidade Comércio Eletrônico pela E-bit. A premiação ocorreu no Fórum E-Commerce Brasil, um dos eventos mais importante do país, com painéis sobre tendências e atualizações do mercado com os maiores nomes do varejo digital.

GREAT PLACE TO WORK

O Magazine Luiza é a 5ª empresa na lista das 70 melhores empresas na categoria "Grandes" (com mais de mil colaboradores) e o Consórcio Luiza ficou na 20ª colocação no *ranking* das 30 que compõem a Pequenas e Médias Nacionais (com 100 a 999 funcionários) segundo pesquisa elaborada pelo Instituto Great Place to Work (GPTW). O CEO Marcelo Silva representou a empresa na cerimônia de entrega do prêmio. Em sua 17ª edição, a maior pesquisa global de avaliação do índice de confiança dos funcionários com o ambiente de trabalho analisou 1.276 empresas, entre as quais, 130 foram premiadas.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação
Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil
Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

PRÊMIO MARKETING PROMOCIONAL

O Magazine Luiza ganhou o prêmio de Marketing Promocional no 5º Fórum de Marketing Empresarial realizado pelo Grupo de Líderes Empresariais – LIDE e pela Editora Referência, em Guarujá-SP. A campanha “Promoção Prédio para você” foi considerada uma das mais inovadoras e ousadas do varejo brasileiro. Mais de 300 executivos de *marketing* de empresas e agências de propaganda participaram do fórum e discutiram casos recentes de sucesso e tendências para a área.

EXECUTIVA MAIS CONFIÁVEL DO BRASIL

Luiza Helena foi eleita, pela 3ª vez, a “Executiva Mais Confiável do Brasil” pela 13ª Pesquisa Marcas de Confiança da Revista Seleções/Ibope, com amostra de 1.300 respondentes, que representam mais de 1 milhão de leitores da revista.

Com 66% de índice de confiança, Luiza Helena liderou a categoria Personalidade Executiva isoladamente. O site do Magazine Luiza ficou em segundo lugar na categoria Loja de Comércio Eletrônico.

- Missão, Visão
- Valores e Princípios, Credo
- Líder Inspiradora
- Rito de Comunhão
- Conselho de Colaboradores
- Eleição do Conselho
- Atendimento 10 estrelas
- Juntos Somos Mais Loja
- Experiência Memorável
- Meritocracia
- Comunicação
- Autodesenvolvimento
- Disque-presidência
- Posicionamento de Marca
- Jeito de Ser com Fornecedores
- Patrocínio Copa do Mundo
- Prédio pra Você
- Cultura Empreendedora
- Camaradagem
- Reconhecimentos e Premiações
- Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência
- Prêmio Aberje
- Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
- Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
- 100 Melhores Empresas em IDHO
- RHs Mais Admiradas
- GPTW América Latina
- Personalidade Empresarial da ABMN
- E-Bit
- Great Place to Work
- Prêmio Marketing Promocional
- Executiva Mais Confiável do Brasil
- Prêmio Os melhores do Varejo
- Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
- Effie Worldwide
- Empresários Mais Admirados do Brasil
- Guia Você S/A
- XVII Prêmio de Automação
- Prêmio GPTW no Varejo
- Marcas Mais Valiosas
- Empresário Amigo do Esporte
- Prêmio Líderes do Brasil 2014

1º PRÊMIO OS MELHORES DO VAREJO 2014 NOVO

Telma Rodrigues, diretora de Gestão de Pessoas, foi eleita a melhor executiva de Recursos Humanos pelo 1º Prêmio Os Melhores do Varejo 2014, promovido pela revista Forbes Brasil. Frederico Trajano, diretor de Operações, foi finalista na categoria *e-commerce*.

PRÊMIO EMPRESAS QUE MELHOR SE COMUNICAM COM JORNALISTAS

O Magazine Luiza recebeu o prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas, pela quarta vez consecutiva. A rede é a única que ganhou o prêmio quatro vezes na categoria Varejo. Ricardo Carvalho, assessor de imprensa, representou a empresa na cerimonia de entrega do prêmio.

EFFIE WORLDWIDE NOVO

A promoção “Prédio pra Você”, criada pela equipe de *marketing* do Magazine Luiza, foi reconhecida pelo prêmio Effie 2014 na categoria Promoções. Criado há mais de 40 anos pela Effie Worldwide e presente em 42 países, Effie Awards é a única premiação internacional que consagra as grandes ideias que dão origem a estratégias de *marketing* e comunicação que alcançam resultados reais e tangíveis.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

EMPRESÁRIOS MAIS ADMIRADOS DO BRASIL NOVO

Luiza Helena está entre os quatro "Empresários Mais Admirados do Brasil" e é a única mulher que recebeu o prêmio, em pesquisa realizada pela revista Carta Capital.

GUIA VOCÊ S/A

O Magazine Luiza está entre as 150 Melhores Empresas para Trabalhar na Pesquisa realizada pelo Guia Você SA em parceria com a FIA – Fundação Instituto de Administração.

XVII PRÊMIO DE AUTOMAÇÃO NOVO

O Magazine Luiza foi premiado pelo projeto GTIN – Global Trade Iten Number, originado por determinação legal do estado de Alagoas-SE, que exigiu a emissão do código de barras, no XVII Prêmio de Automação, com o tema "só uma grande ideia é capaz de produzir inovação", a 17ª edição do Prêmio Automação foi celebrada em 11 de novembro de 2014, no HSBC Brasil, em São Paulo.

O Prêmio Automação é conferido anualmente às empresas que obtêm melhor desempenho, além daquelas que investiram em projetos inovadores de processos automatizados, seguindo os padrões tecnológicos GS1.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

PRÊMIO GPTW NO VAREJO NOVO

O prêmio Melhores Empresas para se Trabalhar GPTW NOVAREJO, parceria inédita da revista NOVAREJO com o Great Place To Work, reconheceu 24 empresas do setor de varejo. A iniciativa contou com a inscrição de 61 varejistas de diversos segmentos de todo o País e é a primeira lista exclusivamente de varejo do mundo. O Magazine Luiza é o 2º lugar do *ranking*.

MARCAS MAIS VALIOSAS

O Magazine Luiza está no *ranking* das 25 Marcas Brasileiras mais Valiosas 2014, e uma das cinco do varejo, através de avaliação da Interbrand. Segundo a instituição, em 2014, um ano de muitos eventos atípicos, como manifestações, Copa e eleições, as empresas que figuram o *ranking* investiram ainda mais na construção de suas marcas, aproveitando a oportunidade para fortalecer o vínculo emocional com seus públicos.

Missão, Visão
Valores e Princípios, Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleição do Conselho
Atendimento 10 estrelas
Juntos Somos Mais Loja
Experiência Memorável
Meritocracia
Comunicação

Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Jeito de Ser com Fornecedores
Patrocínio Copa do Mundo
Prédio pra Você
Cultura Empreendedora
Camaradagem
Reconhecimentos e Premiações
Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência

Prêmio Aberje
Prêmio Gestão de Pessoas no Varejo
Prêmio Personalidade Empresarial - LIDE
100 Melhores Empresas em IDHO
RHs Mais Admiradas
GPTW América Latina
Personalidade Empresarial da ABMN
E-Bit
Great Place to Work
Prêmio Marketing Promocional
Executiva Mais Confiável do Brasil

Prêmio Os melhores do Varejo
Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Effie Worldwide
Empresários Mais Admirados do Brasil
Guia Você S/A
XVII Prêmio de Automação
Prêmio GPTW no Varejo
Marcas Mais Valiosas
Empresário Amigo do Esporte
Prêmio Líderes do Brasil 2014

EMPRESÁRIO AMIGO DO ESPORTE

PRÊMIO EMPRESÁRIO AMIGO DO ESPORTE
LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE

O Magazine Luiza foi indicado, pela 5ª vez, para o prêmio Empresário Amigo do Esporte. O prêmio é concedido pelo Ministério do Esporte como um reconhecimento às companhias que contribuem para o desenvolvimento de atividades esportivas no País. A cerimônia ocorreu em setembro de 2014, em São Paulo-SP.

Em 2014, o Magazine Luiza patrocinou cinco projetos pela Lei de Incentivo ao Esporte. Três projetos em São Paulo: Projeto Rugby para todos, que atende 80 crianças e jovens, Projeto Jogos Abertos da Vila II, realizado pela escola Gol de Letra, que atende 120 pessoas, entre crianças e jovens da vila Albertina e o Projeto Karatê Saúde – Olga Kós, de inclusão social e ao esporte para portadores da Síndrome de Down atende crianças e jovens. Um projeto em Machado, no interior de Minas Gerais, “Educando para o Esporte” do Instituto Elzo Tulio, que atende 100 crianças e jovens. E um projeto em Franca, no interior de São Paulo, Franca Basquetebol – Projeto de treinamento e competição, que atende a 20 atletas de Franca.

PRÊMIO LÍDERES DO BRASIL 2014

Luiza Helena foi uma das lideranças homenageadas no evento realizado pelo LIDE – Grupo de Líderes Empresariais, em cerimônia no Palácio dos Bandeirantes, e com transmissão nas redes de TV SBT e Terra, e na rádio Jovem Pan AM.

Quais são as maneiras distintas pelas quais os gestores, principalmente a alta liderança, compartilham informações com os funcionários (incluindo frustrações ou más noticias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

- Alinhamento com Todos, o Tempo Todo
- TV Luiza
- Oferta TV Luiza
- Portal Luiza
- Hotsite de Inclusão
- Fica a Dica
- Rádio Luiza
- Canal 900
- Luiza Notícias
- Seminário de Posicionamento Estratégico
- Mobilizações para Pesquisa GPTW
- Rito de Comunhão

ALINHAMENTO COM TODOS, O TEMPO TODO

O diálogo, o ouvir e o falar são aplicados no dia a dia da empresa constantemente. Os colaboradores conhecem previamente e participam ativamente das decisões porque são informados, em primeiro lugar, de todos os passos importantes da empresa, que convida a todos para contribuir.

Por meio dos veículos de comunicação interna (Rádio Luiza, Portal Luiza e TV Luiza), as mensagens e posicionamentos da empresa são transmitidos de maneira simultânea a todos os colaboradores, sem hierarquizar a informação. Os canais corporativos garantem grande agilidade na atualização, na acessibilidade irrestrita e na grande possibilidade de interação, tornando-os mais do que meios de informação e comunicação, mas sim instrumentos de diálogo e de contribuição para o fortalecimento dos valores da empresa.

Essa prática é reconhecida pelos colaboradores e também externamente - no ano de 2010 o próprio Instituto Great Place to Work premiou a empresa como “melhor prática do falar”. Em 2011 recebeu também o Prêmio 150 Melhores Empresas em Práticas de Gestão de Pessoas, em que o Magazine Luiza ficou entre os destaques em Comunicação. A premiação foi promovida em parceria do Instituto Great Place to Work com a Editora Segmento.

TV LUIZA

Implantado em 2005, este canal de comunicação aproxima e permite que os colaboradores estejam mais unidos e alinhados aos propósitos da empresa. A TV Luiza exibe um programa semanal, ao vivo, antes da abertura das lojas. Desde sua criação já foram exibidos mais de 500 programas inéditos, nos quais os protagonistas são os próprios colaboradores, que contam suas experiências, sua trajetória, e seus exemplos para obter os bons resultados com ética.

Em 2014, foram produzidos 49 programas inéditos, todos com a participação ativa dos colaboradores – independentemente do cargo – seja na sugestão de pautas ou ao vivo, como apresentadores. As lideranças e a presidente Luiza Helena Trajano são os “âncoras” do canal, onde se posicionam sobre os princípios e valores da empresa, assim como sobre as estratégias de cada momento.

SAIBA MAIS

Quais são as maneiras distintas pelas quais os gestores, principalmente a alta liderança, compartilham informações com os funcionários (incluindo frustrações ou más noticias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

- Alinhamento com Todos, o Tempo Todo
- TV Luiza
- Oferta TV Luiza
- Portal Luiza
- Hotsite de Inclusão
- Fica a Dica
- Rádio Luiza
- Canal 900
- Luiza Notícias
- Seminário de Posicionamento Estratégico
- Mobilizações para Pesquisa GPTW
- Rito de Comunhão

OFERTA TV LUIZA

No Magazine Luiza, a comunicação interna é uma importante e eficaz ferramenta que contribui para os resultados do negócio. Alinhados aos princípios e estratégias da companhia, os colaboradores se sentem mais valorizados e motivados a executarem seu trabalho. Mais do que isso: a comunicação direta das lideranças aumenta o comprometimento dos funcionários para os objetivos de vendas e serve como uma motivação extra para atingir os resultados.

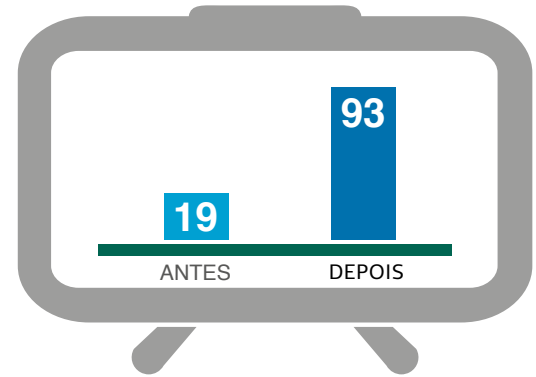
Por este motivo, em fevereiro de 2013 foi criado o quadro “Oferta TV Luiza”. Nesse quadro da TV Luiza são apresentadas duas ofertas imbatíveis aos colaboradores, sem que haja nenhuma divulgação em veículos de comunicação externos.

As ofertas, válidas da quinta a sábado, são divulgadas pelos próprios vendedores e têm exposição diferenciada no ponto de venda. A força do quadro “Oferta TV Luiza” pode ser vista através dos números de peças vendidas no mesmo período, antes e após o anúncio: uma Câmera Digital, que tinha média de vendas de 19 unidades por dia, foi exibida em uma das edições do “Oferta TV Luiza” e, após a ação, a média subiu para 93 unidades por dia.

O quadro já é o queridinho das equipes de lojas, conforme apontam as pesquisas de satisfação realizadas após cada programa. Em 2014, foram mais de 40 ofertas divulgadas com validade para todo o Brasil. Ações como esta demonstram a consolidação da comunicação interna no Magazine Luiza.

VENDAS DE CÂMERA CRESCEM APÓS ANÚNCIO DA “OFERTA TV LUIZA”

(unidades/dia)



Quais são as maneiras distintas pelas quais os gestores, principalmente a alta liderança, compartilham informações com os funcionários (incluindo frustrações ou más noticias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

Alinhamento com Todos, o Tempo Todo
TV Luiza
Oferta TV Luiza
Portal Luiza
Hotsite de Inclusão
Fica a Dica
Rádio Luiza
Canal 900
Luiza Notícias
Seminário de Posicionamento Estratégico
Mobilizações para Pesquisa GPTW
Rito de Comunhão

PORTAL LUIZA

O Portal Luiza (*intranet*) foi lançado em 2005 e nestes sete anos passou por algumas reformulações. O site é atualizado permanentemente, ao longo do dia, com registro médio de 2 milhões de acessos à página inicial por mês. É a principal fonte de informações, notícias e procedimentos que auxiliam o colaborador no desempenho de suas funções.

O Portal Luiza é também um importante espaço para que o colaborador expresse sua opinião, seja por *chats*, fóruns, enquetes, comentários em notícias ou pesquisas, sugestões (item **ESCUTAR**).

Em 2012, foi lançada uma nova versão do Portal Luiza, que passou a se chamar Portal Luiza 2.0. A prévia do novo Portal Luiza, que entrou no ar em abril, foi apresentada com exclusividade no Seminário de Posicionamento Estratégico 2012, para todas as lideranças.

O novo *layout* traz modernidade, mais interatividade com o colaborador e maior praticidade na navegação. No mesmo ano, após a integração de sistemas, os colaboradores do Nordeste passaram a ter acesso ao Portal Luiza e já desfrutam de todos os recursos oferecidos por este canal.

No Portal Luiza estão também o Portal do Colaborador e o Portal do Saber (item **DESENVOLVER**). No Portal do Colaborador é feito o autoatendimento para resolver, com rapidez e segurança, questões sobre a vida profissional e o cadastro do colaborador, como mudança de endereço e de estado civil, ou mesmo atualizar seu currículo, solicitar o recebimento de benefícios ou participar de seleções internas.

O Portal Luiza ficou em 2º lugar na categoria integração em TI e em 3º lugar na categoria conteúdo do Prêmio Intranet Portal 2013.

Em 2014, o Portal Luiza teve, em média, 2 milhões de acessos por mês, realizados pelos colaboradores de todas as unidades.

Quais são as maneiras distintas pelas quais os gestores, principalmente a alta liderança, compartilham informações com os funcionários (incluindo frustrações ou más noticias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

- Alinhamento com Todos, o Tempo Todo
- TV Luiza
- Oferta TV Luiza
- Portal Luiza
- Hotsite de Inclusão
- Fica a Dica
- Rádio Luiza
- Canal 900
- Luiza Notícias
- Seminário de Posicionamento Estratégico
- Mobilizações para Pesquisa GPTW
- Rito de Comunhão

HOTSITE DE INCLUSÃO

O Hotsite de Inclusão foi criado em 2013, dentro do Portal Luiza, com a finalidade de ser uma fonte de consulta, integração e interação para gestores e pessoas com deficiência.

Neste espaço são publicadas orientações sobre procedimentos de contratação, informações sobre os diversos tipos de deficiência e como incluir cada uma delas, e são divulgados também os destaques do quadro Sou Eficiente.

FICA A DICA

O “Fica a Dica” foi lançado em maio de 2013 no Portal Luiza com o objetivo de criar uma rede de compartilhamento, onde os colaboradores podem dar sugestões para seus colegas de trabalho sobre temas diversos, como música, filme, leitura, viagem, entre outros.

Desenvolvido pela equipe de Comunicação Corporativa e Sustentabilidade, a página do “Fica a Dica” conta com oito categorias, que organizam as dicas e facilitam a consulta. Todas as dicas recebem assinatura do colaborador que as enviou e contam com imagens ilustrativas. Em 2014, foram publicadas 24 dicas.

Quais são as maneiras distintas pelas quais os gestores, principalmente a alta liderança, compartilham informações com os funcionários (incluindo frustrações ou más noticias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

- Alinhamento com Todos, o Tempo Todo
- TV Luiza
- Oferta TV Luiza
- Portal Luiza
- Hotsite de Inclusão
- Fica a Dica
- Rádio Luiza
- Canal 900
- Luiza Notícias
- Seminário de Posicionamento Estratégico
- Mobilizações para Pesquisa GPTW
- Rito de Comunhão

RÁDIO LUIZA

Veículo imprescindível para o fortalecimento da cultura do Magazine Luiza, a Rádio Luiza tem seis anos de atuação e é parte integrante do ambiente de trabalho, pois sua programação, orientada por pesquisa de satisfação entre colaboradores, é executada nas lojas e centros de distribuição durante todo o período de trabalho. Para o Nordeste é feita uma programação especial, valorizando a cultura e as preferências musicais deste público.

Como este canal é ouvido também por clientes, a Rádio Luiza cumpre o papel de entretenimento, com uma programação leve e agradável. Além das ofertas e promoções, são veiculadas mensagens sobre qualidade de vida, direito do idoso, da criança e do adolescente, boa alimentação, cidadania, medidas de prevenção para uma boa saúde, notícias da empresa e depoimentos de colaboradores.

A programação conta com quadros permanentes: Previsão do Tempo, Promoções, Consciência Cidadã, Hora do abraço, Cuidar das Pessoas, Cuidar do Ambiente, Rede do Bem, Bom dia Luiza, entre outros.

O quadro Hora do Abraço é o que tem maior adesão dos colaboradores. Com um formato simples, possibilita que o colaborador envie mensagens gravadas para colegas de outras unidades.

Em 2014, a Rádio Luiza contou com 13.870 horas de programação, nos 365 dias no ano, sendo 14 horas de programação diária nas lojas (convencionais, virtuais e shoppings) e 24 horas de programação diária nos Centros de Distribuição.

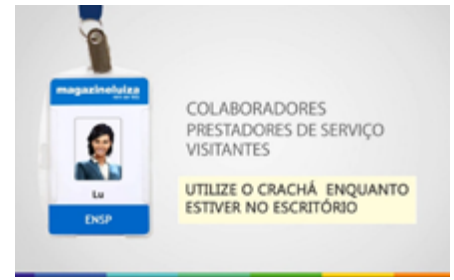
CANAL 900

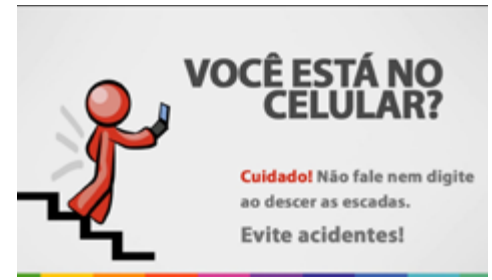
Para promover a integração dos colaboradores do Escritório de Negócios de São Paulo foi criado em junho de 2011 o veículo de comunicação Canal 900.

Exibido em diversos aparelhos de TV, com animação sem áudio, o Canal 900 transmite continuamente notícias internas, agenda cultural de São Paulo, informações sobre trânsito e clima, dicas de saúde e bem-estar.

Os próprios colaboradores sugerem filmes, livros, opções de *happy hour*, passeios, parques, entre outros. Além de demonstrar o cuidado que a empresa tem com as pessoas, o Canal 900 se transformou em uma ferramenta de união, por meio da qual os colaboradores passaram a dividir informações não só sobre o trabalho, mas também sobre suas famílias, afinidades e *hobbies*.

Outra funcionalidade do Canal 900 é ser um meio pelo qual os colaboradores celebram juntos conquistas e resultados. Os prêmios que a empresa recebe, por exemplo, são divulgados no veículo em telas especiais. Os Destaques do Mês também recebem homenagem, tendo suas fotos expostas com frases com o por que de terem vencido como Destaque naquele mês. Datas comemorativas também são lembradas, e os colaboradores são estimulados a celebrar momentos especiais.





Quais são as maneiras distintas pelas quais os gestores, principalmente a alta liderança, compartilham informações com os funcionários (incluindo frustrações ou más noticias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

Alinhamento com Todos, o Tempo Todo
TV Luiza
Oferta TV Luiza
Portal Luiza
Hotsite de Inclusão
Fica a Dica
Rádio Luiza
Canal 900
Luiza Notícias
Seminário de Posicionamento Estratégico
Mobilizações para Pesquisa GPTW
Rito de Comunhão

LUIZA NOTÍCIAS

A transparência sempre foi um dos valores mais praticados e estimulados no Magazine Luiza. Manter os colaboradores e demais *stakeholders* bem informados sobre os acontecimentos da empresa por meio de uma comunicação eficiente e acessível a todos leva a companhia a desenvolver novos projetos a cada ano.

luiza
notícias

segunda

Em novembro de 2012, a empresa lançou o “Luiza Notícias”, com notas dos principais acontecimentos corporativos, como: eventos internos, premiações, reuniões com lideranças e melhores práticas da cultura da empresa.

Para desenvolver o relatório, a equipe de comunicação corporativa busca informações com os assistentes de diretoria de todas as áreas da empresa, inclusive das empresas coligadas: a Luizacred e o Consórcio Luiza.

Atualmente, na 104ª edição, o “Luiza Notícias” é enviado semanalmente para a diretoria executiva, principais lideranças da empresa e investidores do Magazine Luiza.

SEMINÁRIO DE POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

Todos os 1.300 líderes da empresa participam do Seminário de Posicionamento Estratégico, que é uma reunião semestral com o objetivo de alinhar, apresentar e reconhecer as conquistas dos últimos meses e preparar a equipe para as metas da empresa.

Com o tema “Juntos para Servir”, e com um planejamento participativo, o Magazine Luiza reuniu colaboradores de cargos de liderança para o seminário em novembro de 2014, em Atibaia-SP.

A presidente Luiza Helena dirigiu um *talk show* com a participação de Chieko Aoki, presidente da rede Blue Tree Hotels e da estilista Martha Medeiros, sobre o tema “Prazer em Servir”. Os colaboradores que se destacaram nas campanhas da empresa receberam o reconhecimento e prêmios durante o evento. Os participantes realizaram trabalhos em 18 grupos, que buscaram soluções para temas desafiadores para a empresa utilizando a metodologia Pensar Mais Um, implantada na rede Blue Tree. O superintendente Marcelo Silva e os diretores executivos Frederico Trajano e Fabrício Garcia apresentaram para o grupo de líderes as principais realizações de 2014 e o direcionamento para 2015.

Quais são as maneiras distintas pelas quais os gestores, principalmente a alta liderança, compartilham informações com os funcionários (incluindo frustrações ou más noticias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

- Alinhamento com Todos, o Tempo Todo
- TV Luiza
- Oferta TV Luiza
- Portal Luiza
- Hotsite de Inclusão
- Fica a Dica
- Rádio Luiza
- Canal 900
- Luiza Notícias
- Seminário de Posicionamento Estratégico
- Mobilizações para Pesquisa GPTW
- Rito de Comunhão

MOBILIZAÇÕES PARA PESQUISA GPTW

O lado humano passou a ser priorizado e o alinhamento dos colaboradores com as diretrizes da empresa melhorou o desempenho do Magazine Luiza, que, além de vender produtos, ampliou sua linha de serviços e passou a atender àqueles que não tinham condições financeiras e nem contas em bancos, por meio da criação das coligadas LuizaCred, LuizaSeg e Consórcio Luiza.

A premiada política de Gestão de Pessoas do Magazine Luiza faz da empresa uma grande família com 24 mil colaboradores, três empresas coligadas e uma base de mais de 36 milhões de clientes, com faturamento anual de R$ 12,2 bilhões registrados em 2014.

Prestar um excelente atendimento e colocar as pessoas sempre em primeiro lugar, sejaM colaboradores, parceiros ou clientes, são os grandes diferenciais da companhia.

RITO DE COMUNHÃO

ITEM **INSPIRAR**

Avaliação 360º
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Trimestral com Gerentes

Reunião Semanal Comercial-Operacional
Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
TV Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão

Portas Abertas
Telefone, *E-mail*, Carta
Verdade e Transparência
Reunião Matinal
Disque Presidência

ESCUTAR

Quais são os canais que os funcionários utilizam para fazer perguntas e dar *feedback*, ou seja, como os empregados se comunicam com os gestores, principalmente com a alta liderança?

Escutar sempre e implantar as boas ideias. Com esse princípio, o Magazine Luiza busca ouvir seus colaboradores e clientes e permite uma contínua troca de experiências. Na pesquisa Great Place to Work 2011, o Magazine Luiza foi premiado como a empresa que possuía a melhor cultura na prática do escutar seus colaboradores, entre todas as melhores empresas premiadas pelo instituto. Essa prática é disseminada na companhia de forma constante e diversificada.

AVALIAÇÃO 360°

Para dar oportunidades aos colaboradores de avaliarem seus líderes, o Magazine Luiza promove anualmente a Avaliação 360º. Nela, o líder é avaliado pelo superior hierárquico, pelos pares e pela equipe. Ele também realiza sua autoavaliação. Tudo é feito com total sigilo, mediante formulários confidenciais disponibilizados no Portal Luiza.

Ao final do processo, as lideranças recebem um relatório com seus resultados e *feedbacks*. Elas são estimuladas a construírem um plano de ação para aprimorar as competências em que obtiveram menores notas e têm o apoio de profissionais de Gestão de Pessoas.

Na Avaliação 360° são consideradas as competências do negócio Magazine Luiza: orientação estratégica, orientação a resultados, orientação a processos, liderança de equipe, foco no cliente, conhecimento técnico e compromisso com os valores da empresa.

Avaliação 360º
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Trimestral com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-Operacional
Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
TV Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Portas Abertas
Telefone, *E-mail*, Carta
Verdade e Transparência
Reunião Matinal
Disque Presidência

PESQUISA DE CLIMA

A cada 18 meses, os colaboradores do Magazine Luiza são convidados a dizer como se sentem em relação à empresa. As respostas são anônimas e todos são incentivados a exporem suas opiniões de forma sincera. A mobilização acontece por meio dos canais internos de comunicação: a Rádio Luiza, o Portal Luiza e a TV Luiza, mas a participação é espontânea. Os líderes e gestores também contribuem incentivando a equipe a participar.

A análise do grau de satisfação dos colaboradores é um importante termômetro para saber se os investimentos em pessoas estão sendo aplicados corretamente. Os resultados são, primeiramente, avaliados em conjunto com todos os diretores e algumas decisões são tomadas para melhorar os aspectos que geraram menor satisfação. Em seguida, os dados são tabulados também por diretoria, unidade e regional, e trabalhados separadamente pelas lideranças.

Todos os diretores e gerentes regionais recebem a avaliação de sua área e também um modelo de plano de ação a ser desenvolvido em conjunto com todos os gerentes e equipes. As unidades de maior insatisfação recebem uma intervenção direta da equipe de Clima, para trabalharem possíveis pontos de conflito.

Nessa pesquisa os colaboradores respondem a um questionário com cerca de 70 questões, que fica disponível através do Portal Luiza por um mês. Todo o sistema da pesquisa fica em uma base de dados externa, pertencente à consultoria contratada pelo Magazine Luiza, com o intuito de garantir a confidencialidade dos dados e o anonimato dos colaboradores. A Pesquisa de Clima é utilizada também como um importante indicador para o planejamento estratégico da empresa.

COORDENADORES REGIONAIS DE GESTÃO DE PESSOAS

Integração, trabalho em equipe, transparência e abertura para o diálogo são características presentes no Magazine Luiza, que cultiva uma prática permanente de alinhamento com todo o time. A área de Gestão de Pessoas conta com 21 coordenadores regionais para atender aos colaboradores de todo o Brasil, respeitando aspectos da cultura e especificidades locais.

Os coordenadores desempenham um papel fundamental, eles são guardiões da cultura e valores da empresa, são aliados dos líderes na condução de suas equipes e também defensores dos interesses da equipe de colaboradores. E como a empresa cultiva a prática da gestão participativa, eles também têm como responsabilidades apoiar os gerentes no recrutamento e seleção, conduzir os processos de plano de carreira da regional, além de facilitar o acesso dos funcionários ao plano de benefícios da empresa, como assistência emergencial em casos financeiros ou de saúde. Além disso, prestam apoio às ações de treinamento e desenvolvimento da regional, a condução do trabalho de clima nas lojas e o atendimento ao Disque-Presidência em conjunto com os gerentes regionais de vendas.

Esta estruturação permite que os colaboradores também tenham respostas imediatas às suas demandas. Os coordenadores Regionais cumprem uma agenda periódica de visitas e reuniões nas lojas, durante as quais participam do dia a dia da equipe, entendem as dificuldades e prestam um atendimento personalizado. Esse contato mais próximo fortalece os vínculos de confiança e os colaboradores sentem-se à vontade para pedir ajuda nas suas dificuldades pessoais e profissionais. Isso se traduz em um sentimento de cuidado e valorização das pessoas.

CONSELHO DE COLABORADORES

ITEM **INSPIRAR**

Avaliação 360º
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Trimestral com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-Operacional
Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
TV Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Portas Abertas
Telefone, *E-mail*, Carta
Verdade e Transparência
Reunião Matinal
Disque Presidência

COLABORAR - CANAIS DE SUGESTÕES E ENVOLVIMENTO

Quais os programas que a empresa disponibiliza para que os funcionários possam dar sugestões ou se envolver mais nas tomadas de decisões que afetam suas atividades, o ambiente de trabalho ou a empresa como um todo.

A empresa tem como prerrogativa a proximidade entre diretoria, lideranças e colaboradores. Por isso, incentiva constantemente seus funcionários a darem sugestões e participarem do seu dia a dia. São diversos os canais disponíveis, como o Conselho de Colaboradores, a comunicação direta (pessoalmente, por telefone ou *e-mail*), as pesquisas e enquetes no Portal Luiza, entre outros.

REUNIÃO TRIMESTRAL COM GERENTES

Uma das ações que fortalece o alinhamento permanente é a Reunião Trimestral da Gerência, com gerentes regionais de vendas, gerentes do Escritório de Negócios de São Paulo, de Franca e João Pessoa, e das coligadas LuizaCred e LuizaSeg.

Essa reunião foi estabelecida pelo superintendente Marcelo Silva, para fortalecer a prática do diálogo e alinhamento. São avaliados os desempenhos do mês anterior e apresentadas as estratégias do mês seguinte. A Reunião Mensal da Gerência é uma forma de preservar a conversa olho no olho e o encontro presencial na empresa.

REUNIÃO SEMANAL COMERCIAL-OPERACIONAL

Essa reunião é realizada nas segundas-feiras com todos os diretores e gerentes das áreas comercial, *marketing*, operações de loja, logística, planejamento, abastecimento, com o objetivo de alinhar as atividades programadas e ouvir as opiniões e sugestões do campo, representado pelos Gerentes Regionais, que participam por videoconferência.

A partir do *feedback* dos Gerentes Regionais muitas decisões são tomadas ou redirecionadas imediatamente.

- Avaliação 360º
- Pesquisa de Clima
- Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
- Conselho de Colaboradores
- Reunião Trimestral com Gerentes
- Reunião Semanal Comercial-Operacional
- Soma de QIs
- Participação no Portal Luiza
- TV Luiza - Avaliação Qualitativa
- Rito de Comunhão
- Portas Abertas
- Telefone, *E-mail*, Carta
- Verdade e Transparência
- Reunião Matinal
- Disque Presidência

SOMA DE QIs

A presidente do Magazine Luiza, Luiza Helena Trajano, promove sempre o que chama de "soma de QIs". Segundo este conceito, quanto mais pessoas estiverem envolvidas em determinada decisão, maiores as chances de obterem os melhores resultados. Desta forma, é comum que convide colaboradores que possam ser diretamente impactados em alguma situação para darem suas opiniões e participarem dos processos decisórios.

Com base nesse conceito, foi criado o Comitê de Clientes, que é um grupo de colaboradores, parceiros e fornecedores que se reúnem mensalmente no Centro de Distribuição de Louveira, no interior de São Paulo, em busca de inovações para a resolução de problemas no atendimentos aos clientes.

PARTICIPAÇÃO NO PORTAL LUIZA

O Portal Luiza é um grande canal de interação com o colaborador, onde eles podem dar opiniões, tirar dúvidas e compartilhar ideias com a empresa. São cerca de 2 milhões de acessos por mês, o que mostra uma ampla adesão da equipe ao canal de intranet. Ferramentas como chats, fóruns de debates, enquetes, pesquisas e comentários não moderados nas notícias, ajudam o colaborador a se expressar de forma livre e dinâmica.

Abaixo, a descrição de cada uma das ferramentas:

Chats: são ótimos para esclarecer assuntos que geram muitas dúvidas. Geralmente são solicitados pela área responsável ou direcionados pela equipe de Comunicação Corporativa. Os *chats* duram em torno de uma hora e acontecem em datas e horários pré-agendados. A divulgação do chat é feita através do próprio portal ou da TV Luiza e uma pessoa da área solicitante fica responsável por responder todos os questionamentos dos colaboradores. Em 2014, foram realizados 15 *chats* de assuntos diversos, como Vendas, Gestão de Pessoas e Luizacred.

Fórum de debate: temas de destaque são propostos para que os colaboradores contribuam com suas opiniões. Dentro de cada tema se encontram diversos subtemas, que possuem relação direta com o assunto abordado. Para participar o colaborador escolhe um dos temas, acessa o subtema de interesse, e cria tópicos de debates expondo as dificuldades, propondo melhorias etc.

Pesquisas e Avaliações: demandam uma estrutura maior de questões, que podem ser abertas ou fechadas. É mais utilizado para buscar opiniões sobre treinamentos, novos projetos ou benefícios. O resultado é tabulado e enviado para a área responsável pelo assunto abordado.

Comentários nas notícias: todas as matérias publicadas no Portal Luiza possuem campo de comentários para que os colaboradores se manifestem livremente. Desta forma eles participam e compartilham dos acontecimentos da companhia.

Avaliação 360º
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Trimestral com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-Operacional
Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
TV Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Portas Abertas
Telefone, *E-mail*, Carta
Verdade e Transparência
Reunião Matinal
Disque Presidência

TV LUIZA – AVALIAÇÃO QUALITATIVA

Receber *feedback* dos colaboradores ajuda a empresa a ter uma comunicação mais clara, dinâmica e que atenda as expectativas deles. Por este motivo, logo após a TV Luiza, são realizadas pesquisas qualitativas através do Portal Luiza.

A avaliação qualitativa dos programas transmitidos pela TV Luiza é realizada semanalmente com unidades de todas as regiões do país. Uma avaliação no Portal Luiza é publicada para entender se o programa agradou aos colaboradores e quais assuntos fizeram mais sucesso entre eles. Essa avaliação fica disponível durante todo o dia a fim de obter o maior número de respostas e uma amostragem mais consistente.

Todas as respostas são analisadas pela equipe que produz a TV Luiza e as sugestões são levadas em consideração na realização dos programas futuros. A participação da equipe vem contribuindo com a construção de uma TV Luiza mais agradável e funcional a cada semana.

RITO DE COMUNHÃO

ITEM **INSPIRAR**

CONSELHO DE COLABORADORES

ITEM **INSPIRAR**

- Avaliação 360º
- Pesquisa de Clima
- Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
- Conselho de Colaboradores
- Reunião Trimestral com Gerentes
- Reunião Semanal Comercial-Operacional
- Soma de QIs
- Participação no Portal Luiza
- TV Luiza - Avaliação Qualitativa
- Rito de Comunhão
- Portas Abertas
- Telefone, *E-mail*, Carta
- Verdade e Transparência
- Reunião Matinal
- Disque Presidência

COLABORAR - MECANISMOS DE APELAÇÃO

Quais os mecanismos criados especificamente para que os funcionários possam criticar e apelar às situações indesejadas no ambiente de trabalho, às decisões tomadas pela liderança ou conflitos com a mesma.

PORTAS ABERTAS

Não há paredes ou salas individuais de lideranças. Também não é preciso agendar horários para falar com os diretores. Todos estão disponíveis para atender e essa liberdade traz uma contribuição importante: a participação permanente dos colaboradores para a melhoria do clima e dos processos da empresa. Mais uma prática da gestão democrática.

Uma prática incentivada no Magazine Luiza é o contato pessoal, o "olho no olho". Esta prática não se restringe a pessoas do mesmo nível hierárquico, ao contrário, pode ser adotada entre pessoas de diferentes áreas e cargos. Por isso, é comum na companhia um colaborador de uma área trocar ideias com um diretor ou gerente de outra.

TELEFONE, *E-MAIL*, CARTA

Recursos simples e diretos, acessíveis a todos, são utilizados frequentemente e sem barreiras. Qualquer colaborador pode, sempre que desejar sugerir, reclamar, criticar, agradecer ou elogiar, expressar sua opinião e sentimentos em relação a qualquer assunto. Todas as solicitações e manifestações são respondidas, e esta é uma exigência e um exemplo dado pela própria presidente e pela alta liderança da empresa.

VERDADE E TRANSPARÊNCIA

Nas lojas e em departamentos com problemas de relacionamento, a área de Gestão de Pessoas utiliza três formas de encontros presenciais para escutar colaboradores e trabalhar o desenvolvimento pessoal e profissional nas unidades: "Identificação de Conflitos", "Intervenções" e "Fortalecimento".

Na "Identificação de Conflitos", é frequente utilizar-se da dinâmica do Espelho, que consiste em reunir um grupo de trabalho e fazer um levantamento de pontos fortes e de pontos que cada pessoa precisa melhorar. Alternadamente, cada um dos participantes recebe o retorno de todos do grupo. Com esta dinâmica, realizada pontualmente, todos têm a oportunidade de falar e ouvir o que pensam a respeito das pessoas à sua volta, evitando assim que se propaguem boatos ou que se consolidem mal entendidos.

As "Intervenções" são para quando uma unidade passa por dificuldades ou conflitos e não consegue resolvê-los sozinha, ou quando um colaborador não se sente confortável em repassar à sua liderança um fato que fere os valores da empresa. Assim, um psicólogo é enviado para promover um encontro com toda a equipe. Por meio de um trabalho de grupo, seguido de um encontro com as lideranças e com o Conselho de Colaboradores, busca-se ouvir a questão por todos os ângulos, dar um retorno aos envolvidos e propor um plano de ação. É feito, ainda, um aconselhamento com as lideranças para que tenham um retorno do trabalho realizado e consigam alcançar e manter um bom resultado.

O "Encontro de Fortalecimento" faz parte das ações de desenvolvimento e tem como objetivo fortalecer a alma da empresa e garantir a sustentabilidade da cultura, contribuindo para um melhor ambiente de trabalho. As pessoas são convidadas a resgatar valores essenciais, fortalecer-se enquanto equipe e a transformar conflitos em oportunidades de crescimento pessoal e profissional.

Avaliação 360º
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Trimestral com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-Operacional
Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
TV Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Portas Abertas
Telefone, *E-mail*, Carta
Verdade e Transparência
Reunião Matinal
Disque Presidência

REUNIÃO MATINAL

O lado humano passou a ser priorizado e o alinhamento dos colaboradores com as diretrizes da empresa melhorou o desempenho do Magazine Luiza, que, além de vender produtos, ampliou sua linha de serviços e passou a atender àqueles que não tinham condições financeiras e nem contas em bancos, por meio da criação das coligadas LuizaCred, LuizaSeg e Consórcio Luiza.

A premiada política de Gestão de Pessoas do Magazine Luiza faz da empresa uma grande família com 24 mil colaboradores, três empresas coligadas e uma base de mais de 36 milhões de clientes, com faturamento anual de R$ 12,2 bilhões registrados em 2014.

Prestar um excelente atendimento e colocar as pessoas sempre em primeiro lugar, seja para colaboradores, parceiros ou clientes, são os grandes diferenciais da companhia.

DISQUE-PRESIDÊNCIA

ITEM **INSPIRAR**

CONSELHO DE COLABORADORES

ITEM **INSPIRAR**

Funcionário de Destaque
Tempo de Casa
Operação Bumerangue
Sorte Garantida
Troco Premiado
Pula pra 10
Viagem a Paris
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada
Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Destaque Gerente Regional
Prêmio Portal do Saber
Prêmio Programa de Inclusão
Antecipação de 13º Salário
Padrinhos de Ouro
Valorização de Familiares
Taça Luiza
Desafio de Campeões
Concurso Interno de Inovação
Sou Eficiente

Como a sua empresa mostra agradecimento e reconhecimento pelo bom trabalho, esforço extra e conquista dos funcionários?

Ao escrever sobre programas específicos de reconhecimento dê detalhes das diferentes formas utilizadas (por exemplo: presentes, prêmios em dinheiro etc) e quantos funcionários recebem cada um destes prêmios anualmente.

FUNCIONÁRIO DESTAQUE

O Magazine Luiza adota uma série de iniciativas para incentivar os profissionais que superam os desafios e que conquistam os resultados mais expressivos no dia a dia. Entre as ações de reconhecimento, a mais constante delas é o "Funcionário Destaque".

Todo mês, cada unidade elege seu destaque. No caso dos escritórios e dos centros de distribuição, há ainda outra etapa, que é o Destaque dos Setores. Aqueles que contribuíram de forma diferenciada naquele período são apresentados no Rito de Comunhão e recebem um presente - que pode ser um livro, um almoço ou outro prêmio. Os destaques são fotografados e suas fotos são exibidas em painéis.

Os colaboradores destaques do escritório de São Paulo participam de almoços mensais com a presidente Luiza Helena e os diretores executivos. Os destaques do centro de distribuição de Louveira e do escritório de Franca também visitam o escritório de São Paulo e participam de almoços anualmente.

TEMPO DE CASA

Trabalhar na mesma empresa durante 25 ou 30 anos é um feito especial. É uma vida de dedicação que o Magazine Luiza faz questão de reconhecer e agradecer. Em todos os níveis, estes colaboradores são lembrados e homenageados ao melhor Jeito Luiza de Ser.

Em 2014, 25 colaboradores completaram 25 anos na empresa e 16 colaboradores completaram 30 anos. Eles receberam a homenagem que começa durante o "Rito de Comunhão", com exibição de um vídeo sobre a história do colaborador junto à família e no trabalho. Neste momento seus colegas reconhecem e compartilham as experiências vividas com o homenageado.

Os que completam 25 anos de empresa recebem um cartão e uma corrente de ouro. Os colaboradores que completam 30 anos ganham uma viagem nacional com direito a levar a família. Eles podem indicar três locais de sua preferência e o Magazine Luiza organiza tudo para que ele tenha um descanso merecido com o cônjuge, pais e filhos.

Raquel Faleiros

Adriana Cintra

Marcos Borges

- Funcionário de Destaque
- Tempo de Casa
- Operação Bumerangue
- Sorte Garantida
- Troco Premiado
- Pula pra 10
- Viagem a Paris
- Parcelou, Faturou
- Recarga Premiada
- Prêmio Luiza Helena
- Profissional do Ano
- Destaque Gerente Regional
- Prêmio Portal do Saber
- Prêmio Programa de Inclusão
- Antecipação de 13º Salário
- Padrinhos de Ouro
- Valorização de Familiares
- Taça Luiza
- Desafio de Campeões
- Concurso Interno de Inovação
- Sou Eficiente

OPERAÇÃO BUMERANGUE

A Operação Bumerangue é uma campanha de incentivo ao telemarketing que existe desde 2003. Ela consiste em premiar os colaboradores que trazem os clientes novamente às lojas e ajudam a fidelizá-los.

Qualquer colaborador da empresa pode participar, acessando uma lista de *telemarketing* no Portal Luiza e entrando em contato como cliente. Se o cliente que recebeu a ligação voltar à loja e comprar, o colaborador ganha pontos que podem ser trocados por prêmios.

Em 2014, a Operação Bumerangue distribuiu mais de 79 mil produtos, que foram resgatados pelos colaboradores através dos mais de 26 milhões de pontos adquiridos através do telemarketing e ações de relacionamento com o cliente.

SORTE GARANTIDA

No Magazine Luiza, aplica-se a política do "ganha-ganha", que promove situações em que todos ganham juntos. Um exemplo desta política é a campanha Sorte Garantida, que oferece prêmios tanto para o cliente que compra um serviço financeiro, quanto para o colaborador que vendeu esse serviço. Eles concorrem, durante três meses, a R$ 5 mil em sorteios realizados pela Loteria Federal.

No dia do sorteio, a equipe é mobilizada por meio da TV Luiza para consultar as listas com os nomes dos premiados, divulgadas a cada 2 horas no Portal Luiza. Essa é uma forma, também, de aumentar ainda mais a audiência deste veículo de comunicação interna.

Em 2014, mais de 300 pessoas entre colaboradores (vendedores e gerentes) e clientes ganharam R$ 5 mil cada. No total, foi R$ 1,5 milhões em prêmios.

Funcionário de Destaque
Tempo de Casa
Operação Bumerangue
Sorte Garantida
Troco Premiado
Pula pra 10
Viagem a Paris
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada
Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Destaque Gerente Regional
Prêmio Portal do Saber
Prêmio Programa de Inclusão
Antecipação de 13º Salário
Padrinhos de Ouro
Valorização de Familiares
Taça Luiza
Desafio de Campeões
Concurso Interno de Inovação
Sou Eficiente

TROCO PREMIADO NOVO

O "Troco Premiado" é um serviço de *help desk* oferecido aos clientes, com cobertura de 30 dias para suporte telefônico remoto a celulares, *smartphones* e *tablets*, acompanhado de uma capitalização para que o cliente participe de um sorteio de até R$ 50.000,00. Todos os colaboradores das lojas podem efetuar a venda do serviço e ganham comissão de acordo com essa venda. Em 2014, foi pago um total de R$ 930 mil em prêmios para clientes e colaboradores.

PULA PRA 10

Em novembro de 2013 foi lançada, na TV Luiza, uma nova campanha que motiva a venda de serviços financeiros, o "Pula pra 10". O objetivo dessa campanha é premiar mensalmente os colaboradores que atingirem 10% de participação de serviços (Garantias + Compra Segura) sobre a cota de vendas.

Os vendedores que cumprem o objetivo recebem R$ 200 a mais, e as equipes de apoio e Luizacred recebem R$ 100. Em média, 1.300 colaboradores recebem o prêmio mensalmente.

VIAGEM A PARIS

Em 2014, a campanha "Viagem à Paris" premiou 12 colaboradores que atingiram as metas estipuladas com uma viagem à Paris com direito a um acompanhante. Todos os vendedores, gestores, gerentes, coordenadores de serviços, gerentes regionais de operações de loja, gerentes de divisão, colaboradores dos escritórios (Franca-SP, São Paulo-SP e João Pessoa-PB) e colaboradores dos centros de distribuição participaram.

Nas lojas a campanha foi atrelada à venda de serviços financeiros, nos escritórios concorreram os colaboradores eleitos como funcionários destaques das áreas, e na logística foi relacionada às metas administrativas.

PARCELOU, FATUROU

A campanha de incentivo ao "Parcelamento de Fatura do Cartão Luiza" tem como objetivo impulsionar as vendas desse produto de parcelamento da LuizaCred S.A Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimentos ("LuizaCred") por meio de sua oferta aos clientes nos caixas do Magazine Luiza.

Cada venda do produto realizada nas lojas pelo operador de caixa é contabilizada para a premiação. Cada operador de caixa recebe um prêmio no importe de R$ 3,00 (três reais) por venda efetuada.

- Funcionário de Destaque
- Tempo de Casa
- Operação Bumerangue
- Sorte Garantida
- Troco Premiado
- Pula pra 10
- Viagem a Paris
- Parcelou, Faturou
- Recarga Premiada
- Prêmio Luiza Helena
- Profissional do Ano
- Destaque Gerente Regional
- Prêmio Portal do Saber
- Prêmio Programa de Inclusão
- Antecipação de 13º Salário
- Padrinhos de Ouro
- Valorização de Familiares
- Taça Luiza
- Desafio de Campeões
- Concurso Interno de Inovação
- Sou Eficiente

RECARGA PREMIADA

A “Recarga Premiada” foi criada em 2012. Por ela, o colaborador que vende uma recarga de celular concorre a R$ 1 mil junto com o cliente que comprou. Em 2014, a campanha premiou 63 clientes e 63 colaboradores, um total de R$ 126 mil em dinheiro.

PRÊMIO LUIZA HELENA

Em 2007, o Magazine Luiza criou o “Prêmio Luiza Helena”, maior honraria da companhia, destinada ao gerente que apresentar os melhores resultados em “Lucro Gestão” e em “Clima” na sua unidade. Não basta apenas obter expressivos resultados financeiros e de gestão, é fundamental também manter a harmonia entre toda a equipe da loja que gerencia.

Em 2014, o grande vencedor foi William Augusto Lopes, gerente da Filial 581, da zona leste de São Paulo-SP. Ele recebeu um troféu e foi contemplado com uma viagem para qualquer lugar do Brasil, com a família. Em geral, estes profissionais são promovidos após a premiação como forma de valorização de seu desempenho.

Funcionário de Destaque
Tempo de Casa
Operação Bumerangue
Sorte Garantida
Troco Premiado
Pula pra 10
Viagem a Paris
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada
Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Destaque Gerente Regional
Prêmio Portal do Saber
Prêmio Programa de Inclusão
Antecipação de 13º Salário
Padrinhos de Ouro
Valorização de Familiares
Taça Luiza
Desafio de Campeões
Concurso Interno de Inovação
Sou Eficiente

PROFISSIONAL DO ANO

Uma das formas de valorizar os colaboradores dos escritórios (gerentes e diretores), dos centros de distribuição e de empresas coligadas é o troféu "Profissional do Ano". Lançado no Seminário de Posicionamento Estratégico de 2009, os profissionais do ano são indicados por seus diretores e validados por toda diretoria. O escolhido recebe um troféu e a menção das suas realizações, que são citadas em uma mensagem especial do seu diretor. Pelo desempenho que obtiveram em 2014, 14 profissionais foram premiados no Seminário de Posicionamento Estratégico, em março de 2015.

DESTAQUE GERENTE REGIONAL

Também durante o Seminário de Posicionamento Estratégico 2015, dois gerentes regionais foram homenageados por seu excelente desempenho em 2014. Os critérios utilizados para a escolha dos profissionais são o crescimento nas vendas, cobertura das metas e avaliação de clima.

Subiram ao palco o gerente regional de Ibiporã-PR, Adelmário Oliveira, e o gerente regional de Natal-RN, Maurício Tavares.

PRÊMIO PORTAL DO SABER

O Magazine Luiza também reconhece e premia o gerente de loja cuja equipe teve o maior percentual de cursos/treinamentos concluídos no Portal do Saber. Em 2014, o grande campeão foi o gerente Alex Sandro Pereira, da Filial 899, Camaçari-BA. A entrega foi durante o Seminário de Posicionamento Estratégico de 2015. A loja realizou uma média de 36 cursos por colaborador, enquanto as demais ficaram em torno de sete cursos, o que totalizou 1.246 cursos concluídos.

PRÊMIO PROGRAMA DE INCLUSÃO

O Prêmio Programa de Inclusão foi entregue pela segunda vez no Seminário de Posicionamento Estratégico 2014. Os ganhadores disseram "sim" à diversidade e ao desafio proposto, cumpriram a meta de inclusão, atingindo 5% da cota, derrubaram as barreiras do preconceito e ajudam a construir uma cultura inclusiva na empresa.

Receberam o prêmio:

- Escritório Central de Franca, representado pelo diretor da Central de Serviços e Cadastros Luiz Honório e a coordenadora de Gestão de Pessoas Elaine Peixoto.
- Regional Itabuna-BA - representada pelo gerente Regional Ewerton Franco e a coordenadora Regional de Gestão de Pessoas Fernanda Sampaio.
- Logística - Centro de Distribuição de Fortaleza-CE representado pelo gerente Carlos Antonio Almeida e o Centro de Distribuição de Caxias do Sul - RS representado pelo gerente Alexander Martins.

Funcionário de Destaque
Tempo de Casa
Operação Bumerangue
Sorte Garantida
Troco Premiado
Pula pra 10
Viagem a Paris
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada
Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Destaque Gerente Regional
Prêmio Portal do Saber
Prêmio Programa de Inclusão
Antecipação de 13º Salário
Padrinhos de Ouro
Valorização de Familiares
Taça Luiza
Desafio de Campeões
Concurso Interno de Inovação
Sou Eficiente

ANTECIPAÇÃO DE 13º SALÁRIO

ITEM **CUIDAR**

PADRINHOS DE OURO

O “Dia de Ouro” é uma das ações de maior sucesso do Magazine Luiza. Nessa campanha, os colaboradores dos escritórios da empresa viram padrinhos e se juntam à equipe das lojas. Eles selecionam uma loja e acompanham os preparativos, dando suporte para que o evento transcorra da melhor maneira possível. Se a loja atingir a meta de vendas, o padrinho ganha pontos na Operação Bumerangue, que podem ser trocados por prêmios.

VALORIZAÇÃO DE FAMILIARES

No Escritório de Negócios de São Paulo - SP, o Dia das Crianças é comemorado de forma muito descontraída. Os colaboradores levam seus filhos para participar de diversas atividades com uma equipe de monitores no próprio escritório. Durante o dia, os pais e demais colaboradores podem ir trabalhar fantasiados, criando um clima lúdico e divertido.

Nas inaugurações das lojas a família também tem um momento especial. Um dia antes da abertura da loja a empresa promove um coquetel para os familiares dos colaboradores, onde apresentam um pouco da história do Magazine Luiza e a nova loja, em primeira mão.

- Funcionário de Destaque
- Tempo de Casa
- Operação Bumerangue
- Sorte Garantida
- Troco Premiado
- Pula pra 10
- Viagem a Paris
- Parcelou, Faturou
- Recarga Premiada
- Prêmio Luiza Helena
- Profissional do Ano
- Destaque Gerente Regional
- Prêmio Portal do Saber
- Prêmio Programa de Inclusão
- Antecipação de 13º Salário
- Padrinhos de Ouro
- Valorização de Familiares
- Taça Luiza
- Desafio de Campeões
- Concurso Interno de Inovação
- Sou Eficiente

TAÇA LUIZA

Durante o Seminário de Posicionamento Estratégico, realizado em novembro de 2013, foi lançada uma nova campanha de reconhecimento chamada “Taça Luiza”, com uma proposta de competição entre as lojas.

As premiações foram por rodadas (bimestrais) em 2014, por categorias - relacionadas ao cumprimento de metas de vendas, IPP Empréstimo, Serviços, Eficiência Operacional, Lucro Gestão e Atendimento, por regionais e a grande final, onde todas as lojas concorreram, independentemente de terem ganhado ou não as rodadas bimestrais. Foram quatro gerentes regionais premiados durante o seminário de novembro de 2014.

Entre os prêmios estavam: salário em dobro para toda a equipe, checão no valor de R$ 1.500,00, visita ao Escritório de Negócios em São Paulo - SP, seis viagens com acompanhante e quatro carros Zero KM. O total de prêmios para esta campanha chegou a R$ 1 milhão.

DESAFIO DE CAMPEÕES NOVO

A campanha de reconhecimento “Desafio de Campeões” foi realizada pela diretoria Comercial em 2014. Os colaboradores da área Comercial que atende às lojas físicas se dividiram em equipes de acordo com a categoria que atuam, cada equipe recebeu nomes de times de futebol, como exemplo, o time do setor de informática era composto pelo “Conectados Futebol Clube”, o setor de cuidados pessoais formou o time “Real Beleza Futebol Clube”. As equipes que cumpriam as metas de vendas mensais receberam reconhecimentos em reuniões mensais e comemoraram a conquista do título mensal com figurinhas personalizadas em um álbum que foi criado para a campanha. Os times que concluíram as metas trimestrais receberam a bonificação de 25% referente ao salário, e os prêmios “Chuteiras de Ouro”, “Prata” e “Bronze”, de acordo com o desempenho.

No final do ano, os integrantes das equipes que concluíram suas metas anuais receberam uma viagem com tudo pago à Disney, nos Estados Unidos, ou para Cancún, no México, ambas com direito a um acompanhante.

Foram premiados 14 colaboradores.

- Funcionário de Destaque
- Tempo de Casa
- Operação Bumerangue
- Sorte Garantida
- Troco Premiado
- Pula pra 10
- Viagem a Paris
- Parcelou, Faturou
- Recarga Premiada
- Prêmio Luiza Helena
- Profissional do Ano
- Destaque Gerente Regional
- Prêmio Portal do Saber
- Prêmio Programa de Inclusão
- Antecipação de 13º Salário
- Padrinhos de Ouro
- Valorização de Familiares
- Taça Luiza
- Desafio de Campeões
- Concurso Interno de Inovação
- Sou Eficiente

CONCURSO INTERNO DE INOVAÇÃO NOVO

Os colaboradores *e-commerce* realizaram um "Concurso de Inovação" entre as equipes do escritório de São Paulo, da Multimídia de Ribeirão Preto, de operações de Louveira e do Televendas de Franca. Mais de 50 pessoas se inscreveram e se dividiram em sete grupos de acordo com o perfil de cada colaborador. Os grupos apresentaram os projetos para uma banca de jurados composta por três diretores e três gerentes das áreas de Gestão de Pessoas, Marketing, Administração e Controle e *E-commerce*.

O projeto vencedor foi o "Na Mosca", implementado durante o ano de 2014 pela equipe do LuizaLabs. O "Na Mosca" é uma ferramenta gratuita desenvolvida para quem quer acertar na escolha do presente para diversas ocasiões. O presenteador monta uma lista com três opções de presentes, a lista é enviada ao presenteado, que os avalia de forma bem humorada. O presenteador recebe a preferência do convidado, compra e acerta na escolha.

SOU EFICIENTE

O quadro "Sou Eficiente" passou a ser veiculado semanalmente na TV Luiza, a partir de janeiro, para quebrar o paradigma de que as pessoas com deficiência devem ser tratadas de forma diferente. Este quadro mostra os melhores exemplos de superação, reforçando a contribuição profissional e os resultados desses colaboradores.

Além de valorizar os nossos profissionais, o quadro proporcionou a sensibilização da equipe para novas contratações de pessoas com deficiência. Em 2014, houve um crescimento de 80%, passando para mais de 1.000 colaboradores contratados, e mais de 30 VTs veiculados que tratam de diferentes tipos de deficiência de colaboradores de diversos cargos e áreas.

Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
Treinamentos Liderança de Lojas
Treinamento de Líderes do Escritório de Negócios de São Paulo

Portal do Saber
Atendimento 10 Estrelas
Cliente Surpresa
Cresça Conosco
Plano de Carreira (Autodesenvolvimento)

Quais oportunidades sua empresa oferece e que auxiliam os empregados a descobrir e desenvolver seus talentos, gerenciar sua carreira, crescer profissionalmente e se desenvolver como pessoa. Descreva abaixo:

A. Planejamento de carreira e meritocracia
B. Treinamentos

A. Planejamento de carreira e meritocracia

SABER LUIZA

O programa “Saber Luiza” disponibiliza bolsas de estudos para funcionários que desejem ampliar seus conhecimentos pessoais e profissionais desde 1992. Contribuindo para o autodesenvolvimento dos colaboradores, a empresa concede o benefício a todos que tenham mais de um ano de empresa e obtenham parecer favorável dos seus líderes imediatos.

O auxílio varia de acordo com o curso (graduação, pós-graduação, idiomas ou complementares) e o tempo de empresa do beneficiado. Em 2014, 1.677 colaboradores receberam o incentivo, o que demonstra o compromisso do Magazine Luiza com o desenvolvimento social.

Mais do que conceder o benefício, a empresa se empenha em divulgá-lo da forma mais democrática e acessível possível, permitindo que todos tenham conhecimento da política e possam concorrer em iguais condições.

Para isso, além dos comunicados constantes no Portal Luiza, informando procedimentos como data de inscrição e documentos necessários, a empresa realizou este ano uma ampla campanha de divulgação interna, com o superintendente Marcelo Silva encabeçando a campanha e divulgando mensagens na Rádio Luiza e no Rito de Comunhão. A TV Luiza também foi um instrumento utilizado pela empresa para divulgar o Programa, o que permitiu com que todos os interessados tomassem conhecimento e se inscrevessem para as bolsas, gerando um aumento de 18% em relação ao ano anterior.

Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
Treinamentos Liderança de Lojas
Treinamento de Líderes do Escritório de Negócios de São Paulo

Portal do Saber
Atendimento 10 Estrelas
Cliente Surpresa
Cresça Conosco
Plano de Carreira (Autodesenvolvimento)

CARREIRA PARA MULHERES

O Magazine Luiza fornece condições especiais e estimula suas colaboradoras a construírem o próprio plano de carreira na empresa. Aquelas que desejam ser gerente de loja, por exemplo, e têm de passar por um período de treinamento de seis meses em outras unidades da rede, podem optar por cidades próximas à sua família. Para “diminuir” essa distância, a empresa também custeia duas viagens por mês para que a colaboradora possa retornar à sua cidade.

Nos casos de mudança de cidade devido a promoções ou transferências, muitas vezes a família toda acompanha a colaboradora. A área de Gestão de Pessoas apoia os familiares na adaptação e recolocação profissional e escolar.

É oferecido, ainda, apoio psicossocial e financeiro para a adaptação da família à nova realidade e, em alguns casos, o marido e/ou filhos são contratados em outras unidades da própria empresa, na mesma cidade.

A empresa mantém um programa específico de aconselhamento psicossocial, à disposição das colaboradoras que necessitem ser orientadas quanto ao seu plano de carreira, bem como em relação a aspectos pessoais e familiares.

O aconselhamento envolve, inclusive, uma reflexão conjunta se é o melhor momento para uma ascensão na carreira.

VIDA FINANCEIRA SAUDÁVEL

Em todos os treinamentos de novas lojas e lideranças, além de todos os CDs da empresa, a metodologia DSOP, que é “Diagnosticar, Sonhar, Orçar e Poupar”, passou a ser aplicada e os colaboradores tornaram-se mais conscientes.

Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
Treinamentos Liderança de Lojas
Treinamento de Líderes do Escritório de Negócios de São Paulo

Portal do Saber
Atendimento 10 Estrelas
Cliente Surpresa
Cresça Conosco
Plano de Carreira (Autodesenvolvimento)

B. Treinamentos

TREINAMENTOS LIDERANÇAS DE LOJAS

Em 2014, o Magazine Luiza realizou 36 treinamentos presenciais com o objetivo de preparar as lideranças para serem multiplicadores.

O Programa de Desenvolvimento de Gestores tem o objetivo de preparar esses profissionais para os desafios do dia-a-dia da administração da loja, capacitá-los nos processos e desenvolver habilidades de liderança.

TREINAMENTO DE LÍDERES DO ESCRITÓRIO DE NEGÓCIOS DE SÃO PAULO NOVO

Em 2014, 165 lideranças entre coordenadores e gerentes do Escritório de Negócios de São Paulo participaram do treinamento de desenvolvimento de líderes. O treinamento teve o total de 84 horas com conteúdo relacionado à cultura da empresa e disponibiliza ferramentas metodológicas com o objetivo de desenvolver o perfil de liderança para potencializar os resultados da equipe.

Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
Treinamentos Liderança de Lojas
Treinamento de Líderes do Escritório de Negócios de São Paulo

Portal do Saber
Atendimento 10 Estrelas
Cliente Surpresa
Cresça Conosco
Plano de Carreira (Autodesenvolvimento)

PORTAL DO SABER

Uma das iniciativas lançadas pela empresa para buscar a excelência e o autodesenvolvimento de sua equipe é o Portal do Saber, uma ferramenta de treinamento à distância (*e-learning*) disponível dentro do Portal Luiza.

O aprendizado no Portal do Saber é fundamental para se adaptar à empresa, conhecer o negócio e vender mais. Os cursos dão bastante base e confiança. Eles ensinam a maneira de atender e de falar sobre os produtos, o que influencia diretamente no resultado. O Portal do Saber é uma ótima maneira de a empresa qualificar ainda mais o profissional.

Em 2014, o Portal do Saber disponibilizou 28 novos cursos, sendo 17 da área comercial, sete para autodesenvolvimento e integração, quatro de processos e um sobre o Consórcio Luiza. Ao todo, os cursos foram concluídos 147.085 mil vezes. Todos os colaboradores têm acesso aos 352 cursos disponíveis, a custo zero. Os cursos podem ser feitos durante o horário de trabalho, dentro da própria unidade onde atuam.

A empresa reconhece e presenteia o esforço dos colaboradores em aprender, além dos prêmios concedidos anualmente à loja que realiza mais cursos (item **AGRADECER**).

Os novos colaboradores também são incentivados a fazer os cursos do Portal do Saber. Assim que iniciam suas atividades na empresa, eles recebem uma carta de apresentação com a indicação dos cursos que são importantes para função que vão desempenhar. Como parte do Jeito Luiza de Ser, eles também recebem uma caneta como pequena sutileza.

Para capacitar ainda mais os colaboradores com deficiência da companhia, a empresa lançou, em 2013, o “Trilhas da Inclusão”, uma espécie de game em que os colaboradores com deficiência que completassem uma lista de cursos para seu autoaperfeiçoamento ganhavam uma mochila e uma caneca exclusivas do Programa de Inclusão da companhia. Em 2014, 72 colaboradores concluíram os cursos.

Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
Treinamentos Liderança de Lojas
Treinamento de Líderes do Escritório de Negócios de São Paulo

Portal do Saber
Atendimento 10 Estrelas
Cliente Surpresa
Cresça Conosco
Plano de Carreira (Autodesenvolvimento)

ATENDIMENTO 10 ESTRELAS

Sempre em busca da excelência para o atendimento ao cliente, o programa 10 Estrelas adota uma abordagem interativa e vivencial para que o vendedor se atualize, fique motivado e pratique o bom relacionamento com os clientes, dentro dos princípios e valores da empresa. Com isso, fica preparado para desenvolver o Jeito Luiza de Ser e cativar os clientes.

O programa foi construído pela equipe de Gestão de Pessoas e de Vendas do Magazine Luiza, em conjunto com consultorias. O conteúdo do programa foi desenvolvido com base nas melhores experiências internas dos vendedores e gerentes da empresa.

Todo gerente e gestor administrativo são preparados como multiplicadores. O Programa 10 Estrelas é oferecido em treinamento presencial e à distância (Portal do Saber). Para um constante aperfeiçoamento, o programa mantém o "Cliente Surpresa", que visita as lojas, avalia e viabiliza melhorias.

CLIENTE SURPRESA

Outro instrumento para garantir a excelência no atendimento é o "Cliente Surpresa", uma ação que auxilia na capacitação e na formação profissional da equipe. Um profissional contratado visita lojas como se fosse um cliente comum para observar e avaliar a qualidade do atendimento. O Cliente Surpresa analisa todas as etapas do trabalho, desde a abordagem inicial até o fechamento da venda.

Ações corretas são incentivadas e eventuais falhas são corrigidas com o propósito de buscar a excelência no atendimento. Os colaboradores com bom desempenho identificado pelo Cliente Surpresa ganham *buttons* de prata e de ouro.

Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
Treinamentos Liderança de Lojas
Treinamento de Líderes do Escritório de Negócios de São Paulo

Portal do Saber
Atendimento 10 Estrelas
Cliente Surpresa
Cresça Conosco
Plano de Carreira (Autodesenvolvimento)

CRESÇA CONOSCO

Desde 2007, uma ferramenta especial no Portal Luiza permite que a empresa mapeie habilidades, funções e qualificações dos colaboradores: o Banco de Talentos. Nele, o colaborador coloca seu currículo e descreve seu jeito de ser. A ideia é ajudá-lo também a refletir sobre sua vida e seus valores.

O colaborador escreve uma carta de intenções, na qual conta como imagina desenvolver suas competências para atingir seus objetivos. Com uma meta definida, fica mais fácil tomar decisões importantes que o levem a uma promoção.

Neste processo, cabe ao colaborador buscar novas oportunidades, disponibilizar-se para novas experiências e aprendizado constante, desenvolver sua capacidade empreendedora, conhecer as competências necessárias para a sua área de interesse e desenvolvê-las, além de manter seu cadastro sempre atualizado no Banco de Talentos.

A empresa se responsabiliza por garantir o acesso irrestrito ao sistema de inscrição, orientar e estimular cada profissional em seu plano de autodesenvolvimento e divulgar as vagas internas.

Todas as vagas disponíveis são divulgadas também em uma página especial, chamada Cresça Conosco. Dessa forma, o Magazine Luiza prioriza suas “pratas da casa” na hora de buscar profissionais e, assim, valoriza e permite a ascensão e o crescimento na carreira.

PLANO DE CARREIRA (AUTODESENVOLVIMENTO)

O plano de carreira do Magazine Luiza é consistente e personalizado. Na gestão de carreira, o colaborador é quem deve buscar seu autodesenvolvimento com o apoio da sua liderança (item **INSPIRAR**). Para isso, é preciso saber aonde quer chegar e ter clareza sobre as atividades da vaga a ser alcançada. O Magazine Luiza apoia aos colaboradores na realização de cursos para sua capacitação e aperfeiçoamento profissional.

Também pelo Portal Luiza, o candidato tem todas as informações sobre os departamentos da empresa. Outra facilidade é a linha direta com o Núcleo de Seleção e Carreira, do qual ele recebe orientações referentes ao que vai precisar desenvolver para se capacitar e ocupar a vaga desejada.

Aos não aprovados para uma vaga, os profissionais desse Núcleo explicam o motivo e dão *feedback* com os pontos a desenvolver.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

EQUILIBRAR

De que maneira sua empresa ajuda os funcionários a equilibrar sua vida profissional e pessoal? Descreva as práticas de flexibilidade de horário e/ou *time-off*, saúde, bem estar, serviços disponibilizados no site da empresa etc.

AULAS NA ACADEMIA

O programa “Esporte é Vida. Pratique a sua!” oferece aulas na academia de ginástica do Escritório de Negócios de São Paulo-SP por um valor bem abaixo do praticado no mercado. A procura dos colaboradores é grande, com 160 participantes assíduos matriculados em média.

A academia é equipada com modernos equipamentos de *fitness* e conta com profissionais especializados que dão aulas e orientações individuais de treinamento físico. O Escritório também conta com uma sala exclusiva de pilates.

Em 2014, a academia promoveu diversas atividades extras, como, por exemplo, participações em corridas de rua e campeonato interno de corridas indoor. Além disso, a equipe de professores ministra ginástica laboral durante o expediente e no Rito de Comunhão, em datas especiais, para as equipes do escritório e da loja do Tietê. As aulas ajudam as pessoas, no seu ambiente de trabalho, a realizar alongamento e melhorar a postura, especialmente para aqueles que trabalham na mesma posição o dia todo.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

SALÃO DE BELEZA

Também no Escritório de Negócios de São Paulo, a empresa mantém uma parceria com um Salão de beleza e estética, que oferece aos colaboradores serviços de cuidados pessoais (corte de cabelo, manicure, pedicure).

O salão funciona no próprio escritório e os colaboradores que desejarem utilizar os serviços agendam seus horários, que podem ser durante o expediente, negociados com sua liderança.

APONTAMENTO ELETRÔNICO NAS LOJAS

Uma das medidas que garantem a prática de um trabalho saudável nas unidades da empresa é o Sistema de Apontamento Eletrônico nas lojas. Com o programa, é possível planejar um limite em que o colaborador não ultrapasse a carga horária compatível para a sua função. Dessa maneira, os colaboradores conciliam o trabalho com o tempo livre.

HORÁRIO FLEXÍVEL

Aqueles que estudam, eventualmente, necessitam sair mais cedo em determinados dias para se dedicar aos estudos, principalmente nos períodos de fechamento do ano letivo. Assim, esses colaboradores podem negociar com suas equipes uma forma de compensar estes horários. O horário é flexível também para pais e mães, em compromissos assumidos com os filhos (reunião na escola, acompanhamento em consultas, entre outros).

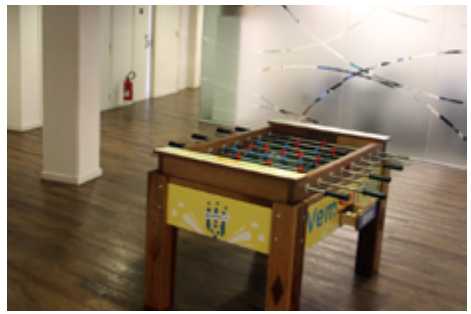
- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

ESPAÇOS DE CONVIVÊNCIA

Ainda pensando na qualidade de vida dos colaboradores, o Magazine Luiza oferece como opção de lazer o clube recreativo Gamalu, em Franca-SP. A área tem piscinas, quadras, áreas para churrasco, lanchonete e um ambiente arborizado. Aos finais de semana, os colaboradores frequentam o clube com suas famílias. O espaço também é cedido para jogos, *happy hour*, festas de casamento, aniversários e ações da comunidade.

Os Centros de Distribuição da empresa foram concebidos para serem muito mais que um ambiente de trabalho. Como os colaboradores passam o dia todo no local, espaços de refeição, integração, relaxamento, diversão e descanso foram construídos, possibilitando assim momentos de grande alegria e descontração.

Outro exemplo de integração ocorre no Escritório de Negócios de São Paulo, onde foram construídas áreas de convivência para maior conforto da equipe.



EXAME PERIÓDICO

A saúde do colaborador é prioridade no Magazine Luiza, que se preocupa em manter as condições ideais para a prática do trabalho e incentiva ações de prevenção. Para isso, a empresa reforça a necessidade dos colaboradores fazerem exames periódicos para avaliar a qualidade da saúde.

Por meio de comunicados divulgados por *e-mail*, a equipe é informada do dia, horário e local em que um médico estará na empresa para realizar o exame periódico.

CHECK-UP PARA DIRETORIA

Anualmente, os diretores da empresa são estimulados a realizarem seus exames preventivos para garantir sua saúde e qualidade de vida. O custo total destes exames e procedimentos fica a cargo da companhia.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

LIVRO DO BEBÊ

Os filhos dos colaboradores são motivo de orgulho e recebem tratamento especial no Magazine Luiza. Cada nascimento merece um registro especial: um livro-documentário que marca esse momento único para os pais.

Desde 2007, após o nascimento ou adoção de uma criança, homens ou mulheres recebem um livro chamado “Acontecia Enquanto Eu Nascia”. O livro traz diversos acontecimentos do ano em que o bebê chegou, como o carro do ano, o time de futebol vencedor, a moeda vigente, o mapa astral, entre outros. No Portal Luiza, os novos papais e mamães são orientados sobre os procedimentos para requisição do livro. Em 2014, 460 colaboradores receberam o presente.

APOIAR

Descreva como a empresa apoia os funcionários em momentos significantes (momentos de necessidade, crises pessoais, doenças na família, casamento, nascimento de filhos etc). Quais benefícios únicos ou especiais oferecidos que mostram que a sua empresa cuida das pessoas como indivíduos – e não apenas como funcionários.

O Magazine Luiza busca apoiar seus colaboradores nos momentos de necessidade por meio de atendimento social, serviços assistenciais e benefícios. O Núcleo Social e Benefícios, que conta com profissionais qualificados para atender diferentes demandas dos colaboradores, no âmbito assistencial e educativo. Os atendimentos são feitos por telefone, pessoalmente ou e-mail, resultando em uma gama de ações que vão desde uma simples orientação até um auxílio financeiro. Todos são acompanhados até que o colaborador seja capaz de retomar sua vida com segurança e bem-estar.

Assim, o Magazine Luiza consolida sua política de recursos humanos voltada à valorização de sua principal força: as pessoas, e mantêm programas e políticas sociais que visam a preservação, defesa e ampliação dos direitos humanos e a justiça social.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

CENTRAL DE ATENDIMENTO

O Magazine Luiza implementou, em 2012, um projeto-piloto chamado de Central de Atendimento em Gestão de Pessoas para melhorar o atendimento aos colaboradores nos casos de assistência social e benefícios.

Uma equipe treinada monitora e filtra as solicitações recebidas, distribuindo-as diretamente para o núcleo responsável. As dúvidas mais simples e procedimentos básicos da companhia são esclarecidos diretamente pelos atendentes, que repassam apenas os casos mais complexos para as áreas afins.

Dessa forma, a empresa consegue atender com mais agilidade e eficiência e os casos são, frequentemente, resolvidos com mais rapidez.

Em 2014, a Central de Atendimento realizou seis mil atendimentos.

PROJETO CUIDAR

Para desenvolver ações que visam o bem-estar dos colaboradores, o Magazine Luiza investe no Projeto Cuidar, que ajuda os colaboradores a adotarem atitudes mais saudáveis.

O projeto norteia as ações da área de Gestão de Pessoas, propõe e desenvolve ações que contribuam para que as pessoas ampliem sua consciência e cultivem hábitos saudáveis para si, para o ambiente e para a comunidade.

As ações são estimuladas por meio dos canais de comunicação internos e de semanas de conscientização, realizadas com o apoio dos conselhos de colaboradores e das CIPAs.

Em 2014, mais de 600 colaboradoras se inscreveram no projeto Bebê a Vista que faz parte do Programa Cuidar. Mais de 1000 colaboradores assistiram à palestra “O poder das Escolhas”, com dicas sobre saúde física e mental.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

QUALIDADE DE VIDA

Para dar dicas e ampliar a conscientização dos colaboradores sobre saúde e bem-estar, o Magazine Luiza mantém uma página especial do Portal Luiza sobre Qualidade de Vida.

O espaço oferece melhor visualização de referência em oito tipos de saúde: a emocional, a espiritual, a financeira, a ambiental, a física, a intelectual, a profissional e a social.

Atualizado periodicamente, este espaço é mais uma ferramenta para cuidar dos colaboradores e orientá-los para a prática de ações que revertem em benefícios à sua saúde. A área conta também com o Boletim Qualidade de Vida, uma publicação impressa mensal que traz dicas e reportagens sobre saúde, bem-estar e lazer. Foram publicadas dez edições do Boletim "Qualidade de vida" no portal de intranet, em 2014.

CUIDANDO DE VOCÊ

O quadro "Cuidando de Você", exibido periodicamente na TV Luiza desde 2011, é um espaço para falar diretamente sobre os benefícios que a empresa oferece. Nele a equipe expõe suas dúvidas, exemplos e depoimentos sobre benefícios, como, por exemplo, o plano de saúde, o cheque educação especial, o cheque mãe, previdência privada e bolsa de estudos. A gerente da área responde a todas as perguntas no ar.

O objetivo é também cuidar para que todos os colaboradores possam usufruir os benefícios e se atentarem quanto aos prazos de inclusão e cadastro. De acordo com as pesquisas de avaliação interna, realizadas com os colaboradores, é um dos quadros mais elogiados e aguardados da TV Luiza.

Por meio de orientações objetivas e práticas, o Núcleo Social dissemina também pela Rádio Luiza, no quadro "Bom dia, Luiza" ou durante a programação, dicas e informações sobre benefícios que ajudam a garantir o bem-estar de todos.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

ATENDIMENTO INDIVIDUAL

Os colaboradores do Magazine Luiza podem contar com a equipe de Gestão de Pessoas na hora de enfrentar desequilíbrios emocionais, problemas familiares, situações de doenças graves ou descontrole financeiro. Os interessados recebem atendimento individual, com aconselhamento de profissionais das áreas de Psicologia e Serviço Social, dos Núcleos de Seleção e Carreira e de Social e Benefícios.

ACOMPANHAMENTO SOCIAL DE AFASTADOS

Colaboradores afastados por motivo de doença ou acidente de trabalho são acompanhados pela equipe do Núcleo Social e Benefícios individualmente. Se necessário, após avaliação socioeconômica, é disponibilizado ao colaborador afastado um auxílio financeiro para medicamentos e tratamentos, além de apoio psicossocial. O Conselho de Colaboradores também realiza visitas aos afastados sob orientação do Núcleo Social e Benefícios.

MAIS SAÚDE

O programa “Mais Saúde” tem por objetivo melhorar a qualidade de vida dos colaboradores e dependentes e promover a saúde internamente.

Com ações individualizadas de atenção à saúde, estimula o autocuidado e a conscientização. Por meio de um cadastro e análise prévia, o colaborador passa a receber acompanhamento médico apropriado (com contatos frequentes) por uma equipe especializada, composta por enfermeiros, assistentes sociais, nutricionistas, fisioterapeutas, fonoaudiólogos etc.

Este programa é destinado aos colaboradores que possuem convênio médico, bem como seus dependentes e agregados, que apresentem patologias e riscos, como hipertensão, diabetes, obesidade, doenças pulmonares, entre outros.

Os interessados se cadastram no Portal Luiza e em seguida é feito um primeiro contato telefônico, para apresentar aos usuários as vantagens do programa e para entrevistá-los com o intuito de criar um atendimento personalizado.

Uma vez realizada esta personalização, os contatos telefônicos passarão a ser periódicos. O “Mais Saúde” não ocasiona nenhum custo extra àqueles que já possuem convênio médico.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

CHEQUE MÃE

O Cheque Mãe é um benefício criado para valorizar a mulher e tentar equiparar as oportunidades entre homens e mulheres em uma sociedade historicamente injusta nas relações de trabalho. Estatisticamente, é a mãe que se responsabiliza pelos filhos, mesmo que o pai esteja presente. Com o valor de R$ 250 mensais, as mães ficam mais tranquilas por terem condições de manter os filhos bem cuidados enquanto estão trabalhando.

Em 2014, o programa atendeu de 4.080 mães, representando um investimento de mais de R$12 milhões.

CHEQUE EDUCAÇÃO ESPECIAL

Desde 2006, o Magazine Luiza concede o Cheque Educação Especial, no valor de R$ 250 mensais, aos colaboradores que têm filhos com algum tipo de deficiência. O objetivo é auxiliá-los nos cuidados com os filhos, contribuindo para a qualidade de vida dos mesmos e sua inclusão na sociedade. O benefício é válido tanto para mães quanto para pais, independente da idade do filho. O critério para o recebimento é trabalhar na empresa há mais de seis meses.

Em 2014, o Magazine Luiza investiu R$ 148.124,00 mil neste programa e 49 colaboradores receberam o benefício.

GARANTIA FUNERAL

Por meio da garantia funeral, a empresa possibilita o reembolso das despesas com o funeral do colaborador ou dos seus dependentes legais dentro do limite de R$ 2,5 mil.

PLANO DE SAÚDE

A empresa oferece um plano de saúde corporativo para todos os colaboradores, seus cônjuges e filhos, custeando 50% do valor do plano e o valor total para colaboradores com deficiência. Atualmente, o Magazine Luiza trabalha com cinco operadoras: Amil, Unimed, Allianz Saúde, Intermédica e MedPorto. O colaborador pode optar por qual lhe oferece melhores condições em sua região de origem.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

ASSISTÊNCIA MÉDICA PARA AGREGADOS

O Magazine Luiza reconhece que o bem-estar dos colaboradores também depende do bem-estar de suas famílias e, por isso, oferece um plano de saúde para pais, sogros(as) e companheiros(as) de relações estáveis.

A empresa, que não faz distinção entre cor, raça ou sexo em seus processos seletivos, comprova mais uma vez que não tem preconceitos estendendo este benefício também a parceiros do mesmo sexo.

PLANO DE CONTINUIDADE ASSISTENCIAL

Esse benefício permite que, ocorrendo o óbito do usuário titular, seus dependentes continuem com o plano de saúde pelo período de três anos, sem que precisem pagar as mensalidades.

PLANO DE REMOÇÃO AÉREA

Com esse benefício, o colaborador e seus dependentes podem contar com remoção aeromédica inter-hospitalar em caráter emergencial, sob prescrição médica e critérios técnicos aeronáuticos.

ATENDIMENTO MÉDICO TELEFÔNICO

O colaborador e seus dependentes poderão entrar em contato telefônico com o médico de plantão, 24 horas por dia, que dará orientações pela central de atendimento.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

AUXÍLIO PARA PSICOTERAPIA

Os colaboradores que necessitam de sessões de psicoterapia podem contar com o auxílio de até 50% no pagamento das mensalidades. Em casos mais graves, o benefício pode ser estendido a familiares.

SEGURO VIAGEM

O Magazine Luiza mantém um seguro de vida em grupo para todos os profissionais que, constantemente, se deslocam a serviço da empresa. Este benefício é pago integralmente pela empresa.

AUXÍLIO PARA FARMÁCIA

Outro benefício que pode ser estendido à família do colaborador é o Auxílio Farmácia. Com ele, a compra de medicamentos pode chegar a ser totalmente subsidiada pelo Magazine Luiza, por meio de reembolso.

ASSISTÊNCIA ODONTOLÓGICA: COLABORADORES, DEPENDENTES E AGREGADOS

Seguindo a crença de oferecer segurança e qualidade no atendimento à saúde, a empresa disponibiliza convênio odontológico com duas operadoras (Interodonto e Odontoprev), que podem ser escolhidas pelos colaboradores, de acordo com o que for mais conveniente para cada. O convênio também é extensivo a pais, mães, sogros(as), irmãos e filhos maiores de 18 anos.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

DOAÇÕES

Considerando as necessidades que porventura os colaboradores possam passar, a empresa busca apoiá-los emocional e psicologicamente. Nos momentos de grande dificuldade, alguns colaboradores precisam de uma ajuda mais efetiva, seja em dinheiro, em *ticket*, em passagens, em produtos ou medicamentos. O Núcleo Social e Benefícios atende, acompanha e avalia cada caso, disponibilizando os recursos necessários para que a pessoa consiga retomar suas atividades normais.

PREVIDÊNCIA PRIVADA

O Magazine Luiza se preocupa com o futuro de seus colaboradores. Por isso, oferece um Plano de Aposentadoria Complementar ao da Previdência Social, que visa garantir maior estabilidade financeira e tranquilidade durante a aposentadoria, tomando como base o padrão de vida conquistado durante a vida profissional.

Neste plano de previdência, os colaboradores podem contar também com um seguro de vida em caso de óbito ou invalidez total. Os Planos de Previdência Privada são baseados no Regime de Capitalização, cujas contribuições formam um fundo financeiro individual, que poderá ser transformado em renda mensal vitalícia complementar à aposentadoria do INSS ou ser resgatado em sua totalidade.

EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS

A área de Gestão de Pessoas, em parceria com a LuizaCred, a Caixa Econômica Federal e o Banco Santander, oferece uma oportunidade a mais para que os colaboradores realizem seus projetos de vida ou para que possam contar com um suporte financeiro em momentos de necessidade. Esses empréstimos consignados são avaliados e concedidos a baixas taxas de juros.

ANTECIPAÇÃO DE 13º SALÁRIO

Desde 2011, a empresa oferece aos seus colaboradores a antecipação do 13º salário, sem que seja necessário comprovar ou justificar essa solicitação. Esta medida contribui para que muitos colaboradores possam solucionar problemas inesperados ou realizar conquistas que, de outra forma, não seriam possíveis.

- Aulas na Academia
- Salão de Beleza
- Apontamento Eletrônico nas Lojas
- Horário Flexível
- Espaços de Convivência
- Exame Periódico
- *Check-up* para Diretoria
- Livro do Bebê
- Central de Atendimento
- Projeto Cuidar
- Qualidade de Vida
- Cuidando de Você
- Atendimento Individual
- Acompanhamento Social de Afastados
- Mais Saúde
- Cheque Mãe
- Cheque Educação Especial
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde
- Assistência Médica para Agregados
- Plano de Continuidade Assistencial
- Plano de Remoção Aérea
- Atendimento Médico Telefônico
- Auxílio para Psicoterapia
- Seguro Viagem
- Auxílio para Farmácia
- Assistência Odontológica
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde para Demitidos
- Antecipação do *Ticket*
- Mamãe Bebê

ANTECIPAÇÃO DO *TICKET*

Visando ampliar as vantagens concedidas aos colaboradores, o Magazine Luiza começou a antecipar, em 2012, o carregamento do benefício de alimentação/refeição (*ticket*).

A alteração foi em atendimento a um pedido dos próprios colaboradores, que queriam aproveitar os descontos e ofertas especiais oferecidas pelos mercados e restaurantes no final e início de mês.

Antes, o cartão era carregado todo dia 5 de cada mês e, a partir de agora, o carregamento é feito no dia 30 do mês em curso.

APOIO À SAÚDE DA MULHER

O Núcleo Social e de Benefícios utiliza o Portal Luiza para disseminar informações específicas para a prevenção de doenças típicas do universo feminino, ou que têm crescido expressivamente entre as mulheres, tais como DST/AIDS, câncer de mama, de útero e ovário. Este é um canal acessível a colaboradoras, não envolve custos e pode ser consultado a qualquer momento, inclusive durante o horário de trabalho.

MAMÃE BEBÊ

Para cuidar da saúde e qualidade de vida das suas colaboradoras e seus bebês, o Núcleo Social e Benefícios criou, em 2012, o programa Saúde Mamãe e Bebê. Com ele, a mamãe inscrita no programa tem os seguintes benefícios: reembolso da coparticipação dos valores de consultas e exames referentes ao pré-natal; livro do Bebê; acompanhamento telefônico durante o período gestacional por equipe especializada em caso de gravidez de risco. Dessa forma, a empresa procura oferecer um atendimento especial neste momento tão importante da vida de suas colaboradoras.

Em 2014, 244 colaboradoras se inscreveram no programa.

Inauguração de Lojas
Aniversariantes e Datas Especiais
Confraternização das Equipes
Festa de Fim de Ano

Dia do Idoso
Open House Dia das Crianças
Dia da Fantasia - Halloween
Festa de Aniversário do Escritório de Negócios de São Paulo

Como a empresa promove um clima descontraído e de camaradagem entre os funcionários? Por favor, inclua como a sua empresa celebra os sucessos da equipe e da organização.

Celebrar está na essência do Magazine Luiza. As conquistas da companhia são compartilhadas com todos continuamente. Os resultados de vendas são apresentados semanalmente, durante o Rito de Comunhão (item **INSPIRAR**), quando os participantes reconhecem e aplaudem os setores de destaque e o bom desempenho da empresa. Os objetivos atingidos também são divulgados através dos canais internos de comunicação, seminários e encontrões.

Com muito orgulho e empolgação, a equipe nas lojas também comemora, seja na Reunião Matinal (item **ESCUTAR**) ou expressando seu contentamento por meio de comentários no Portal Luiza (item **FALAR**) e e-mails direcionados à diretoria.

INAUGURAÇÃO DE LOJAS

Um dia antes da inauguração de uma loja, o Magazine Luiza convida os familiares dos colaboradores para participarem do coquetel de "pré-lançamento" e conhecerem o local de trabalho de seus parentes. Na ocasião, os cônjuges, filhos e pais dos colaboradores confraternizam e conhecem tudo em primeira mão, celebrando juntos este novo e importante momento.

A inauguração de uma loja também é tratada pela empresa como uma grande festa. Tradicionalmente, as lojas inauguradas são entregues à população embrulhadas em um grande tecido azul, com fitas, simbolizando uma caixa de presente. Diversas ações são programadas para o evento, com música, intervenções artísticas, lanches e brindes. É uma forma de comemorar, junto daquela comunidade, este novo empreendimento.

Em 2014, o Magazine Luiza reformou e reinaugurou 70 lojas e outras 24 lojas novas lojas foram inauguradas nos 16 estados que a rede atua. No Sul, foram nove lojas; no Sudeste, 20; no Centro-Oeste, duas, e no Nordeste, 40.

Inauguração de Lojas
Aniversariantes e Datas Especiais
Confraternização das Equipes
Festa de Fim de Ano
Dia do Idoso
Open House Dia das Crianças
Dia da Fantasia - Halloween
Festa de Aniversário do Escritório de Negócios de São Paulo

ANIVERSARIANTES E DATAS ESPECIAIS

No Magazine Luiza, o dia do aniversário dos colaboradores não passa em branco. Toda semana, no Rito de Comunhão, os aniversariantes ganham um "parabéns a você" cantado por todos os colegas de trabalho e um presente simbólico.

As datas comemorativas e as principais datas de conscientização da ONU também são celebradas em equipe; uma prática que reforça a importância de se celebrar eventos especiais e também o compromisso da empresa com o mundo.

CONFRATERNIZAÇÃO DAS EQUIPES

Encontros e festas são realizados pelas próprias equipes, em momentos de comemoração, aniversários, celebração de resultados. São almoços de integração, churrascos, *happy hours* e passeios programados em comum, o que fortalece os vínculos de amizade e o bom relacionamento entre os colegas.

FESTA DE FIM DE ANO

Em dezembro, para celebrar o cumprimento das metas, as conquistas e as festividades de fim de ano, são realizadas confraternizações entre as áreas dos escritórios em Franca-SP, São Paulo-SP e João Pessoa-PB. Os colaboradores organizaram festas com apoio do Conselho de Colaboradores, proporcionando um momento de celebração entre todos.

Todas as filiais e centros de distribuição também recebem uma verba especial no final do ano para celebrarem e se confraternizarem, o que torna comum diversas unidades realizarem atividades especiais nessas datas.

DIA DO IDOSO

Buscando mais proximidade e melhor relacionamento, o Dia do Idoso é comemorado nas lojas do Magazine Luiza. Em um dia de cada mês, a equipe prepara uma série de atividades especiais e convida clientes da loja aposentados para terem um dia memorável, com palestras, atividades físicas, lanches e outros "mimos".

- Inauguração de Lojas
- Aniversariantes e Datas Especiais
- Confraternização das Equipes
- Festa de Fim de Ano
- Dia do Idoso
- Open House Dia das Crianças
- Dia da Fantasia - Halloween
- Festa de Aniversário do Escritório de Negócios de São Paulo

OPEN HOUSE DIA DAS CRIANÇAS

Pelo terceiro ano consecutivo, os colaboradores do Escritório de Negócios de São Paulo realizaram o *Open House* Dia das Crianças, em outubro.

Nesta data, os pais trouxeram seus filhos para passar uma tarde no trabalho, participando de diversas atividades recreativas.

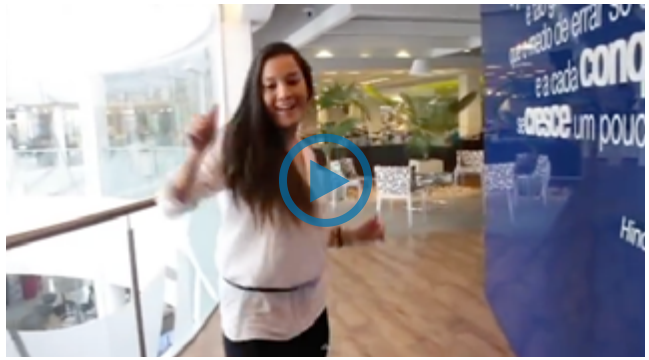
DIA DA FANTASIA HALLOWEEN NOVO

Em outubro, os colaboradores dos escritórios de Franca, João Pessoa e São Paulo comemoraram o Dia das Bruxas trabalhando fantasiados por um dia, a equipe se divertiu e alegrou o ambiente de trabalho.

- Inauguração de Lojas
- Aniversariantes e Datas Especiais
- Confraternização das Equipes
- Festa de Fim de Ano
- Dia do Idoso
- Open House Dia das Crianças
- Dia da Fantasia - Halloween
- Festa de Aniversário do Escritório de Negócios de São Paulo

FESTA ANIVERÁRIO DO ESCRITÓRIO DE NEGÓCIOS DE SÃO PAULO NOVO

Em setembro de 2014, os colaboradores integrantes do Conselho organizaram uma comemoração para os quatro anos da inauguração do Escritório de Negócios de São Paulo. Os conselheiros também produziram um vídeo gravado e protagonizado pelos próprios colaboradores em diversas áreas do escritório dançando ao som de "*Happy*", de Pharrell Williams. Mais de 500 colaboradores da unidade participaram da festa.



Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

RECOMPENSAR

Como a forma de remuneração total de sua empresa promove um senso de justiça dentro da companhia? Ao responder a esta pergunta, é importante descrever também:

- **Métodos de compensação que os empregados consideram única ou especial como programas de distribuição de lucros e/ou programa de bônus, stock options etc.**
- **Políticas e práticas que promovem o sentimento de equidade entre empregados e líderes**

O Magazine Luiza acredita no Brasil e no potencial de sua sociedade. Sua principal forma de contribuir para fortalecimento das comunidades onde atua se dá por meio de benefícios muito além dos exigidos por Lei, oferecidos aos colaboradores e seus familiares.

Esse pacote também inclui programas e ações que priorizam a melhoria da renda, da educação e da saúde dos seus colaboradores. Entre as ações que desenvolve nesse sentido, destacam-se as listadas a seguir.

SALÁRIO VARIÁVEL E PARTICIPAÇÃO NOS RESULTADOS

O Magazine Luiza tem um método próprio para incentivar as vendas e aumentar o salário dos colaboradores. Desempenhos global e individual são levados em consideração na hora de quantificar os salários, diferente da maioria das empresas de varejo, em que a política convencional é todos ganharem uma comissão sobre as vendas.

Na empresa, o vendedor ganha sobre o lucro do produto, sobre o volume de venda e também sobre o recebimento da carteira que ele vendeu a prazo. Desta forma é possível compor o seu salário, aumentando em até seis vezes o valor base. Isso faz com que os colaboradores se empenhem mais para melhorar seus resultados e, consequentemente, sua remuneração, tonando-se corresponsáveis pelo sucesso da empresa.

Outro diferencial é que cerca de 20% do salário total do colaborador está atrelado ao resultado global. Desta forma, a companhia incentiva àqueles que ganham mais a se interessarem por também ensinar aos outros, para que todos cresçam juntos, reduzindo, consideravelmente, o ambiente competitivo, comum em equipes de vendas.

Os colaboradores dos escritórios fazem jus a um bônus anual, que varia de um a dez salários, quando a empresa atinge a meta de rentabilidade anual. Mensalmente, os escritórios recebem também 5% de incremento salarial quando a empresa supera os 105% da meta do mês.

Em 2014, os colaboradores receberam o PLR – 14º salário, divididos conforme política hierárquica da empresa.

Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

SORTE GARANTIDA (item AGRADECER)

PARCELOU, FATUROU (item AGRADECER)

PULA PRA 10 (item AGRADECER)

VIAGEM A PARIS (item AGRADECER)

RECARGA PREMIADA (item AGRADECER)

CONTRIBUIR

OUTUBRO ROSA

O mês de outubro já virou referência na prevenção do câncer de mama. Por conta do “Outubro Rosa”, movimento que começou nos Estados Unidos com o objetivo de conscientizar a população para o diagnóstico precoce da doença. No Brasil, o Movimento ganhou força com a ONG “Orientavida”, que criou a campanha “Outubro Rosa”, para divulgar a importância da detecção do câncer de mama e dos direitos da mulher de fazer mamografia pelo SUS.

O Magazine Luiza, pelo quinto ano consecutivo, se engajou neste movimento e promoveu diversas ações com a finalidade de reforçar a importância do cuidado com a saúde da mulher.

A vendedora virtual Lú apoiou a campanha em seu *blog* dentro do *site* do Magazine Luiza e os canais de comunicação internos foram grande aliados na disseminação da campanha. O topo do Portal Luiza ficou “rosa” e recebeu a marca da campanha.

- Salário Variável e Participação nos Resultados
- Outubro Rosa
- Rede do Bem
- Comunidade Rede do Bem no Google +
- Centro de Promoções
- Defesa da Mulher
- Meio Ambiente
- Conscientização Ambiental
- Monitoramento de Emissão de CO_2
- Luiza *Tour*
- Gamalu
- Cultura Local
- Doações e Patrocínios
- Ong Franca Viva
- Instituto Pró-Criança
- Comunidade de Heliópolis
- Comunidade de Paraisópolis
- Apoio a Pesquisas
- Relatório de Sustentabilidade
- Casa Hope
- Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

REDE DO BEM

A preocupação do Magazine Luiza com as pessoas também se traduz na responsabilidade e no cuidado com os quais a empresa trata as comunidades onde está inserida. Através do projeto Rede do Bem, criado em 2010, os colaboradores são incentivados a se engajarem em ações sociais que beneficiem as pessoas de baixa renda e levem melhorias à cidade ou bairro em que vivem.

COMUNIDADE REDE DO BEM NO GOOGLE + NOVO

As ações de voluntariado desenvolvidas pelas lojas, CDs e escritórios passaram a ser divulgadas em uma comunidade do Google+ para todos os colaboradores da empresa. A própria equipe que realizou a ação publica fotos, vídeos e o texto descritivo. Com base nas publicações os projetos são encaminhados para divulgação na Rádio e na TV Luiza.

Em 2014, foram realizados 59 projetos que envolveram mais de 600 colaboradores e beneficiaram mais de 1000 pessoas, em 49 cidades do país, a Rede do Bem utiliza o mesmo conceito das redes sociais, ou seja, são os próprios colaboradores que dão vida ao programa por meio da publicação das ações realizadas nas suas comunidades. É possível, também, dar sugestões e indicar ações voluntárias no espaço de comentários. Todas as ações também são divulgadas na Rádio Luiza e na TV Luiza para dar mais visibilidade ao projeto e estimular a multiplicação dos exemplos de solidariedade entre os colaboradores.

Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

CENTROS DE PROMOÇÕES

As lojas virtuais do Magazine Luiza possuem Centros de Promoções para fortalecer o relacionamento com os clientes e oferecer experiências memoráveis através de atividades gratuitas que colaboram com o desenvolvimento da comunidade, como aulas de dança de salão, capoeira, oficinas da alegria, dia da beleza, além de cursos de informática, aulas de culinária e artesanato, que podem proporcionar um rendimento extra aos participantes.

Os Centros de Promoções possuem também computadores com acesso à internet para trabalhos e pesquisas escolares, disponível para estudantes da rede pública e para a população em geral.

DEFESA DA MULHER

Em 2014, a empresa aderiu ao Pacto de Compromisso e Atitude pela Lei Maria da Penha, promovido pela Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República, uma ação para promover a cultura do respeito e igualdade entre homens e mulheres e eliminar a violência doméstica. Além disso, a empresa desenvolveu internamente o projeto Mulheres em Ação com curso de comunicação pessoal oferecido para colaboradoras que atuam no Escritório de Negócios de São Paulo.

Valorizar pessoas e causas sociais e prestar apoio àqueles que mais necessitam são bandeiras defendidas pelo Magazine Luiza até mesmo em áreas nas quais a empresa não tem relação direta.

A presidente Luiza Helena Trajano mantém uma profissional da Delegacia de Defesa da Mulher que atua no tratamento e acompanhamento do público atendido, formado por mulheres, crianças e adolescentes que foram vítimas das mais diversas formas de violência. A iniciativa partiu de uma solicitação da Delegacia de Defesa da Mulher (DDM), de Franca, SP.

Em agosto, a presidente da empresa assinou o compromisso para aumentar o número de mulheres em cargos de chefia, durante o 2º Fórum de Mulheres Líderes. Algumas medidas são: cotas femininas em cargos executivos, traçar metas para elevar o percentual de mulheres líderes em cinco anos, desenvolver profissionais para ocupar cargos de gestão e corrigir diferenças salariais entre homens e mulheres no mesmo cargo.

Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

MEIO AMBIENTE

Embora a natureza do negócio de varejo não exerça atividade de agressão direta ao meio ambiente, o Magazine Luiza tem consciência de que gera impactos indiretos e, por isso, desenvolve políticas e práticas de preservação e conscientização em relação aos recursos naturais.

A empresa adota lixeiras de coleta seletiva em seus escritórios e centros de distribuição, desenvolvendo campanhas de sensibilização para o tema no Portal Luiza e na Rádio Luiza sobre preservação e cidadania ambiental.

O Centro de Distribuição de Louveira-SP e o CD de Alhandra-PB também foram projetados para obter grande aproveitamento da iluminação natural, reduzindo o consumo de energia, e também para o aproveitamento da água da chuva, reduzindo o consumo de água tratada. Os pallets de madeira foram adquiridos com certificação de manejo sustentável de florestas, contribuindo com a preservação ambiental do planeta.

O Centro de Distribuição de Louveira, no interior de São Paulo, recebeu a certificação de responsabilidade ambiental emitida pela CETESB por cumprir com os procedimentos necessários para a destinação final ambientalmente correta dos pneus inservíveis em conformidade com o disposto na Resolução Nr. 416.

Em 2014 foi criado o Comitê de Energia & Água, de caráter multissetorial, para gestão de crise e para planejamento integrado de várias medidas de redução e otimização do uso destes recursos.

CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

Em busca da utilização consciente, o Magazine Luiza passou a adotar, a partir de 2012, o papel de remanejo florestal de marcas homologadas com o selo FSC (*Forest Stewardship Council*), sigla em inglês para Conselho de Manejo Florestal.

A certificação florestal deve garantir que a madeira utilizada em determinado produto é oriunda de um processo produtivo manejado de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, além de garantir o cumprimento de todas as leis vigentes. Com a utilização deste papel a empresa garantiu o replantio de três mil árvores.

Além disso, o Magazine Luiza desenvolve, de forma permanente, campanhas de conscientização em todos os canais de comunicação internos e também nas reuniões. Outras medidas práticas que contribuam com a preservação do planeta também são tomadas como, por exemplo, o uso de torneiras temporizadas e luzes com sensor de presença e a disponibilização de conjuntos de coleta seletiva por tipo de material em todos os escritórios da rede.

Em 2014, os colaboradores do Escritório de Negócios de São Paulo participaram de uma campanha de reciclagem de lixo eletrônico em comemoração ao Dia Mundial do Meio Ambiente. A campanha foi o início da parceria entre o Magazine Luiza e a Coopermiti. Os funcionários descartaram o e-lixo no escritório, e a Coopermiti retirou o material para reciclagem. Foram reciclados 121Kg de produtos eletrônicos.

Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

MONITORAMENTO DE EMISSÃO DE GASES DO EFEITO ESTUFA (GEE) E MANUTENÇÃO PREVENTIVA DA FROTA NOVO

O Magazine Luiza realiza mais de 60 mil entregas de produtos por dia, e desde 2013 parte da frota de caminhões utilizada para esta finalidade passou a ter o seu desempenho mecânico e funcional monitorado detalhadamente a partir de sistemas de auditoria da Ticket Car e Produsoft . Além da redução de custos com uso inadequado e antecipação dos desgastes com a manutenção preventiva, estes sistemas agregaram valor ambiental ao monitorar também a emissão de CO2 (GEE) por meio do sistema Carbon Control 3.1. Em 2013 a emissão de GEE em 173 veículos foi de 3.765.488 toneladas, e em 2014 foi de 3.426,466 em 162 veículos.

As manutenções preventivas e corretivas da frota são realizadas através do sistema de Gestão de Frota Produsoft, que monitora e emite alertas dentro dos prazos determinados para conclusão das manutenções. Em 2013 foram realizadas feitas 2.146 manutenções sendo 1.358 preventivas e 788 corretivas, em 2014 foram 6.607 manutenções sendo 4.946 preventivas e 1.661 corretivas.

O monitoramento dos pneus também é realizado pelo mesmo sistema, que avalia o tempo de vida útil do pneu a partir da compra e indica o período correto de calibragem, alinhamento e rodízio, garantindo de forma segura, o melhor aproveitamento dos pneus até o descarte.

LUIZA *TOUR*

A empresa recebe constantes pedidos de universidades e empresas para visitação aos escritórios e *benchmarking* para conhecer os processos de gestão de pessoas, gestão administrativa, inovação, comunicação e negócios.

Com o objetivo de atender melhor a essas solicitações, foi implantado o projeto “Luiza Tour”, com uma programação estruturada de acordo com as áreas de interesse do visitante. A principal finalidade deste programa é estimular as práticas de condução ética nos negócios, buscando resultados e valorizando as pessoas.

Como membro voluntário da Endeavor, organização que estimula o empreendedorismo no Brasil, a Presidência da empresa recebe também, periodicamente, pequenos empresários e lideranças que têm o Magazine Luiza como referência.

Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

GAMALU

Os colaboradores de Franca-SP e região têm à disposição o Clube Recreativo Gamalu para suas horas de lazer e diversão. Além disso, o local é cedido a entidades assistenciais que solicitam o espaço para realizar atividades com crianças e idosos, visando proporcionar um dia diferenciado de lazer. Toda a infraestrutura do clube (piscinas, quadras de esportes, campos de futebol, cantina, vestiários e *playground*) é colocada à disposição na ocasião.

CULTURA LOCAL

O patriotismo, a crença no Brasil e o respeito à diversidade são valores fortes do Magazine Luiza. Em todos os eventos internos, como palestras, apresentações, atividades ou dinâmicas, esses aspectos são abordados. Além dos encontros corporativos, o Marketing da empresa procura patrocinar, em cada região em que a marca está inserida, eventos que fortaleçam a cultura local.

Nos Encontrões ou em outros eventos de grande porte da empresa, são contratados grupos artísticos locais ou regionais para enriquecer a programação e proporcionar entretenimento saudável e construtivo, sempre privilegiando os talentos da casa. Para essas apresentações a empresa também convida grupos culturais que tenham programas sociais e educativos.

Os projetos patrocinados pelo Magazine Luiza, por meio de lei de Incentivo, são de cunho social, cultural e de Integração, perseguindo o objetivo de realizar atividades de formação artística e cultural na área das artes cênicas, dança e música para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

Os projetos apoiados têm resultados positivos e resultados no âmbito social e cultural, pelo público-alvo atendido. No âmbito econômico é importante meio para gerar postos de trabalho e renda aos profissionais da área que atuarão na execução do projeto. Para a cadeia produtiva das artes cênicas os frutos serão futuros.

Em 2014, a empresa consolidou e ampliou sua atuação social junto a algumas comunidades, apoiando cerca de 150 instituições que atendem a mais de 20 mil pessoas em situação de vulnerabilidade, especialmente crianças e adolescentes, reunindo esforços de leis de incentivo, doações de produtos e voluntariado, engajando mais de 600 colaboradores por meio da Rede do Bem.

Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

Cada unidade da empresa tem autonomia para receber pedidos de doações e patrocínios e direcionar verba da loja para esses fins. A empresa mantém também um núcleo encarregado de receber solicitações e estudar a melhor forma de atendê-las, na gerência de Relações Corporativas e Sustentabilidade. São priorizadas sempre aquelas solicitações que beneficiam entidades e instituições sociais, como escolas, creches, delegacias da mulher, hospitais, asilos, APAEs, entre outros.

ONG FRANCA VIVA

A ONG Franca Viva busca resgatar a autoestima dos moradores de Franca-SP e lutar por causas sociais recorrentes na cidade. A ONG se engaja em diferentes projetos, como a recuperação de praças e monumentos, a luta contra o trabalho infantil e a valorização da cidade.

Um dos projetos da ONG Franca Viva é o Click Educação, que consiste em oferecer aulas de iniciação em informática para pessoas de baixa renda, inclusive aos sábados. A presidente do Magazine Luiza, Luiza Helena Trajano, é embaixadora da ONG e doa todo o cachê que recebe em palestras para a instituição.

Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

INSTITUTO PRÓ-CRIANÇA

O Magazine Luiza é um dos principais apoiadores do Instituto Empresarial de Apoio à Formação da Criança e do Adolescente de Franca-SP (Pró-Criança) e contribui, mensalmente, para a manutenção do Instituto, que tem como principal bandeira desenvolver ações para erradicar o trabalho infantil nas indústrias de calçado da cidade - maior polo produtor de sapatos masculinos no País.

COMUNIDADE DE HELIÓPOLIS NOVO

O Magazine Luiza é um dos principais apoiadores do Instituto Empresarial de Apoio à Formação da Criança e do Adolescente de Franca-SP (Pró-Criança) e contribui, mensalmente, para a manutenção do Instituto, que tem como principal bandeira desenvolver ações para erradicar o trabalho infantil nas indústrias de calçado da cidade - maior polo produtor de sapatos masculinos no País.

COMUNIDADE DE PARAISÓPOLIS

Paraisópolis é a segunda maior favela da cidade de São Paulo, na zona sul paulistana, e conta com uma população estimada entre 80 e 100 mil pessoas. A comunidade de Paraisópolis é organizada em conselhos populares que são integrados pela União de Moradores e promove diversas ações educativas, culturais e de inclusão.

Com apoio de parceiros mantém ativos alguns projetos, como a Orquestra de Paraisópolis e o Projeto Judô com Tiago Camilo. A Orquestra de Paraisópolis oferece cursos de música gratuitos para crianças e adolescentes com o objetivo de profissionalizar, descobrir talentos e garantir um futuro melhor para os integrantes da comunidade.

O projeto Judô com Tiago Camilo também é direcionado para crianças e adolescentes. O intuito é dar a oportunidade de se aproximarem do esporte através das artes marciais, assim como desenvolver o potencial intelectual, aumentar a capacidade de concentração, melhorar o rendimento escolar e o autocontrole e estimular o respeito ao próximo.

Salário Variável e Participação nos Resultados
Outubro Rosa
Rede do Bem
Comunidade Rede do Bem no Google +
Centro de Promoções
Defesa da Mulher
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento de Emissão de CO_2
Luiza *Tour*
Gamalu
Cultura Local
Doações e Patrocínios
Ong Franca Viva
Instituto Pró-Criança
Comunidade de Heliópolis
Comunidade de Paraisópolis
Apoio a Pesquisas
Relatório de Sustentabilidade
Casa Hope
Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

APOIO A PESQUISAS

O Magazine Luiza é objeto de interesse de pesquisa acadêmica em universidades de todo o País. Por isso, mantém o site "Trabalhos Acadêmicos", que tem uma procura média de 300 pesquisadores por mês, entre alunos de graduação, pós-graduação, mestrado, doutorado e MBA.

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

Em 2014, o Magazine Luiza integrou o Relatório Anual e o de Sustentabilidade para aumentar a transparência, facilitar o fluxo de informações e ajudar os stakeholders a entenderem melhor o que o Magazine Luiza busca conquistar no Brasil no âmbito governamental, social, setorial e ambiental.

O relatório Anual e de Sustentabilidade está disponível para download no site www.magazineluiza.com.br/quemsomos.

CASA HOPE

A empresa firmou uma parceria de cooperação com a Casa Hope ("esperança", em inglês), instituição sediada em São Paulo-SP, para ampliar a esperança de crianças e adolescentes em tratamento contra o câncer.

A Casa Hope é uma instituição filantrópica que oferece apoio biopsicossocial e educacional a crianças e adolescentes portadores de câncer, transplantados de medula óssea, fígado e rins, juntamente com seus acompanhantes, de baixa renda, procedentes de todo o Brasil.

Durante o período de tratamento nos hospitais, a Casa Hope oferece moradia, alimentação, transporte, assistência social e psicológica, medicamentos, vestuário, terapia ocupacional, escolarização, cursos de capacitação profissional, entre outros. Assim, a instituição contribui para o aumento das reais chances de cura de muitas crianças e adolescentes.

A parceria com o Magazine Luiza foi firmada em maio. Com o apoio, a Casa Hope ampliará o número de leitos, o que vai permitir que mais crianças sejam atendidas. A empresa participará, ainda, como apoiadora do Projeto "Ampliando Esperança".

- Salário Variável e Participação nos Resultados
- Outubro Rosa
- Rede do Bem
- Comunidade Rede do Bem no Google +
- Centro de Promoções
- Defesa da Mulher
- Meio Ambiente
- Conscientização Ambiental
- Monitoramento de Emissão de CO_2
- Luiza *Tour*
- Gamalu
- Cultura Local
- Doações e Patrocínios
- Ong Franca Viva
- Instituto Pró-Criança
- Comunidade de Heliópolis
- Comunidade de Paraisópolis
- Apoio a Pesquisas
- Relatório de Sustentabilidade
- Casa Hope
- Sociedade Francana de Instrução e trabalho para Cegos

SOCIEDADE FRANCANA DE INSTRUÇÃO E TRABALHO PARA CEGOS

O Magazine Luiza apoia a Sociedade Francana de Instrução e Trabalho para Cegos com doações mensais em valor destinado ao “Projeto Educando Através do Esporte”. A sociedade realiza atendimento para mais de 200 pessoas, entre crianças e adultos, com deficiência visual. Ela oferece ainda tratamentos com psicólogos, fonoaudiólogos, assistentes sociais, fisioterapeutas, além de aulas de música, natação e informática.

EMPRESÁRIO AMIGO DO ESPORTE (item **INSPIRAR**)

DIA DO IDOSO (item **CELEBRAR**)

1. Você tem alguma evidência (análise de resultados ou experiência vivida) que mostra que sua cultura organizacional contribui para o sucesso da empresa?

A cultura da empresa é o que sustenta seu desenvolvimento e crescimento. Por isso, há uma atenção constante da diretoria, em todas as suas ações, em "crescer sem perder a alma", sem perder o "Jeito Luiza de Ser". A cultura organizacional do Magazine Luiza consiste na valorização das pessoas. As evidências de que ela contribui para o sucesso da empresa têm sido apresentadas desde a sua fundação, em 1957.

Nestas mais de cinco décadas de atividade, o Magazine Luiza conseguiu conciliar crenças e princípios sólidos a práticas de inovação e de ousadia, como, por exemplo, a criação das lojas virtuais, em 1992, que hoje são estudadas como case permanente da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos; a criação da Liquidação Fantástica, em 1994, que revolucionou o calendário de vendas no mês de janeiro; e, mais recentemente, o lançamento do Magazine Você, primeira iniciativa de *social commerce* do mercado, que estava aberto, a princípio, somente para familiares de colaboradores da empresa e, em 2012, foi aberto ao público em geral, tendo hoje mais de 119 mil lojas.

Outra importante característica da empresa, que representa essa associação indivisível entre sua cultura de valorizar pessoas e o crescimento e expansão da companhia, pode ser exemplificada na criação da coligada LuizaCred, em 2001. Com essa ação, o Magazine Luiza tornou-se a primeira empresa do varejo a disponibilizar serviços financeiros à população que não tinha renda suficiente para ter acesso aos bancos brasileiros, permitindo não só o acesso a bens de consumo a uma imensa população, mas, principalmente, ajudando a resgatar o sentimento de dignidade e valorização do ser humano.

Em 2011, ao entrar na Bolsa de Valores, a rede atraiu, aproximadamente, 35 mil investidores diretos, o que, segundo o jornal Valor Econômico, colocou a empresa entre as dez que mais atraíram a participação de pessoas físicas no Brasil. A própria presidente Luiza Helena Trajano esteve envolvida na campanha de divulgação do IPO, o que foi relevante para torná-la a 8ª entre os mais populares na Bolsa. Com um investimento inicial considerado baixo (a partir de R$ 100), a empresa possibilitou também a adesão de mais pessoas e, aproximadamente, 1.100 colaboradores entraram no processo de abertura de capital da companhia.

A atuação da empresa na comunicação, que é sempre transparente, acessível e sincera, faz com que todos os seus colaboradores estejam alinhados aos objetivos da companhia e trabalhem mais conectados e comprometidos. Para auxiliar na manutenção desta boa cultura em comunicar-se e levar a companhia ao sucesso no negócio, a empresa mantém a TV Luiza, a Rádio Luiza e o Portal Luiza, veículos de comunicação interna exclusivos para informar os colaboradores, que têm recebido importantes prêmios: como a melhor cultura na prática do Falar (Great Place to Work 2010) e a melhor cultura na prática do Escutar (Great Place to Work 2011) (item **FALAR**).

Por suas atitudes inovadoras e voltadas ao público feminino, o Magazine Luiza também já recebeu, em 2007, o título de A Melhor Empresa para a Mulher Trabalhar no Brasil (Great Place to Work). O prêmio foi um reconhecimento à política de Gestão de Pessoas baseada na valorização do trabalho da mulher e na crença de sua evolução na empresa. No ano seguinte (2008), a empresa ganhou o prêmio de A Melhor Empresa para Executivos Trabalharem no Brasil, pelo mesmo instituto.

Todo investimento da companhia em capital humano reverte-se na sustentabilidade do negócio. As pessoas estão no centro dos objetivos da empresa tanto quanto os resultados, e tal cultura é reconhecida externamente desde 1998, quando o Magazine Luiza figurou, pela primeira vez, na lista geral das Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil, em pesquisa do Instituto Great Place to Work.

Desde então, por 16 anos consecutivos, a companhia contempla a lista das melhores, tendo sido eleita, em 2003, A Melhor Empresa para Trabalhar no Brasil – fazendo história também no varejo brasileiro e mundial, por ser a primeira empresa do setor a ganhar tal prêmio.

Todos esses reconhecimentos são referentes às práticas de valorização das pessoas que refletem a cultura da empresa. Graças à força desta cultura, o Magazine Luiza passou de uma empresa regional do interior e se projetou no cenário nacional como um dos maiores varejistas do País.

2. A empresa tem práticas para economia de água ou energia? Se sim, quais?

Sim.

Criação do Comitê de Energia e Água multissetorial (Administração e Riscos, Compras Corporativas, Operação de Lojas, Logística, Gestão de Pessoas e Relações Corporativas e Sustentabilidade).

O comitê mantém reuniões semanais de alinhamento e atualização do plano de ação, que contempla duas frentes macro: uma para as ações em caso de queda de energia e falta de água, visando não perder a produtividade, e outra para as ações de economia, otimização e redução do uso de energia e da água.

Energia

De imediato, visando a redução de consumo e otimização de energia, foram contratadas consultorias especializadas para realização de estudos de eficiência energética nos 16 Estados onde a empresa atua. Foram implementados processos de monitoramentos diários e permanentes, de consumo comparado à média da região e de unidades similares e do tempo de queda de energia em cada unidade.

Para as situações de queda de energia, a equipe multidisciplinar está trabalhando em estudos de utilização de geradores e reforço da proteção de data center e áreas críticas, assim como equipamentos de no break para evitar danos aos outros equipamentos.

Uma das medidas em andamento é a troca das lâmpadas incandescentes por lâmpadas T5, nas lojas do Nordeste, e mudança de 100% das lâmpadas T5 para Led nas novas lojas e todas as unidades reformadas, que proporcionam uma redução estimada de 40% do consumo. Foi feita também uma revisão de disjuntores e interruptores para locais onde ainda se ligam 100% das lâmpadas a partir de um único toque. Para os equipamentos de informática de lojas iniciou-se um projeto piloto de homologação de três diferentes tipos de *desktops* que consomem menos energia. Ainda nas lojas está em andamento um estudo de alternativas para o uso ar condicionado nas salas técnicas.

Água

No Escritório de Negócios de São Paulo foram instalados redutores de consumo de água nas torneiras dos banheiros e copas, válvula de descarga com 2 estágios e também nos chuveiros dos vestiários, que resultou na redução de 50% do consumo.

Esta experiência será levada para as demais unidades, com a proposta de um mutirão para identificar vazamentos e torneiras pingando em todas as unidades.

Foi elaborado também um plano de comunicação, utilizando os canais internos da empresa para conscientização e alinhamento, por considerar que a partir da adoção de medidas concretas dentro da empresa, os colaboradores poderão mudar a forma de utilizar á água e energia, e consequentemente levarão estes novos hábitos para suas residências e comunidades.