Finalista na Categoria Grande Empresa

Magazine Luiza

As Pessoas em Primeiro Lugar

A – APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

O Magazine Luiza S.A. foi fundado em novembro de 1957, por Pelegrino José Donato e Luiza Trajano Donato, que adquiriram uma pequena loja no centro de Franca, chamada "A Cristaleira", que pouco tempo depois recebeu o nome de Magazine Luiza. Esta empresa familiar cresceu e se transformou em uma das maiores redes do comércio varejista do país.

O maior diferencial da Empresa sempre foi o jeito especial no trato ao cliente. Em 1991 surgiu a necessidade de se criar um holding, e Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues, sobrinha de Luiza Trajano Donato, assumiu o cargo de superintendente. Nesse momento, a empresa iniciou o Novo Ciclo e dá início a uma política descentralizada, a comunicação olho no olho e aprofunda-se e reforça o processo de valorização das pessoas.

O faturamento do Magazine Luiza em 2003 foi de R$ 918 milhões, o que representou um crescimento de 31,5% em relação a 2002. No ano passado, a Empresa passou pela maior expansão da sua história, inaugurou 47 novas lojas, quase uma por semana. O Magazine Luiza encerrou 2003 com 174 lojas.

Atualmente, a rede possui 184 lojas, geograficamente dispersas em cinco Estados (São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Mato Grosso do Sul e Goiás), o Magazine Luiza possui 4.800 funcionários. A partir de setembro, o Magazine Luiza contará com 235 filiais distribuídas em seis estados, pois a Empresa adquiriu uma rede de 51 lojas do Rio Grande do Sul – Lojas Arno. Com isso, o Magazine Luiza passará a ter 5.700 colaboradores. O Magazine Luiza e as Loja Arno, juntos, irão atender a uma base de cerca de 5,5 milhões de clientes em 175 cidades brasileiras.

A rede ainda possui hoje quatro centros de distribuição de produtos, um em Ribeirão Preto, em condições de atender o interior de São Paulo e Minas Gerais, outro em Ibiporã, interior do Paraná, estrategicamente localizado próximo a Mato Grosso do Sul, um em Sorocaba e um em Caxias do Sul para atender as lojas do Rio Grande do Sul.

O Magazine Luiza foi eleita a melhor empresa do Brasil para se trabalhar, segundo o ranking do Guia Exame "As 100 Melhores Empresas para Você Trabalhar", edição 2003, publicado pelas revistas Exame e Você S.A. Pelo sexto ano consecutivo a rede integra a publicação, sendo que nos dois anos anteriores apareceu na 3ª colocação. e está entre as 10 melhores para se Trabalhar da América Latina, segundo pesquisa do Great Place to Work Institute. O Magazine Luiza também é a empresa mais admirada no setor de varejo de eletroeletrônico, segundo pesquisa da revista CartaCapital e da consultoria InterScience.

Se tivermos a preocupação de definir em apenas uma frase o pensamento coletivo do Magazine Luiza, carinhosamente chamado de "jeito Luiza de ser", talvez a melhor maneira seria extrair um trecho do hino do Magazine Luiza*: "O prazer de fazer é tão grande, que o medo de errar se esvanece, e a cada conquista se cresce um pouco mais".*

Mais do que uma frase, esta é a marca e o constante aprendizado de todos que trabalham nessa rede que trilha o caminho do sucesso por muitas décadas, sempre com a preocupação de aprimorar a qualidade. Esta não é uma tarefa fácil, por isso, o Magazine Luiza é um dos principais cases do varejo brasileiro.

B – INICIATIVAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA

O Magazine Luiza tem claro em sua missão, valores e princípios, na postura de seus acionistas, diretores e em várias ações diárias, o seu respeito profundo pelo ser humano, seja ele o colaborador, cliente, fornecedor ou prestador de serviços. Isto se dá porque a empresa acredita que a responsabilidade social começa dentro da própria organização com ações voltadas aos seus funcionários e familiares, que poderão ser comprovados, nos inúmeros programas existentes e descritos neste relatório, que fazem parte da gestão **"PESSOAS EM PRIMEIRO LUGAR.".** Este programa foi gradualmente implantado, iniciando desde 1991 e é constantemente renovado. Para melhor descrevê-lo o projeto estará sendo destacado nos seguintes tópicos: Comunicação; Integração e Alinhamento; Treinamento e Desenvolvimento; Recompensas e Reconhecimentos ; Benefícios. Em cada tópico do Programa "Pessoas em Primeiro Lugar", será destacado pouco da missão, valores e princípios do Magazine Luiza.

C – PROGRAMA "PESSOAS EM PRIMEIRO LUGAR "

1. COMUNICAÇÃO:

* *"Seja honesto, verdadeiro e transparente nas relações para que elas sejam benéficas a todos".*

A comunicação desenvolvida no Magazine Luiza é aberta e sem barreiras. Todos os colaboradores têm pleno acesso a qualquer Diretor ou Gerente. Para isto foram criados vários instrumentos para permitam a circulação das informações na Empresa e destacamos os principais, conforme relato abaixo:

COMUNICAÇÃO OLHO NO OLHO: Em 1991, foram eliminados os impressos de C.I's (comunicação interna) e intensificado o diálogo, a comunicação que a empresa chama "olho no olho", que resgata a proximidade com o colega de trabalho, a verdade, a transparência, o diálogo.

CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA: Desde 1.992, todas as lideranças da Empresa assinam um **Contrato de Compromisso** que representa o nosso **Código de Conduta Ética**, que é renovado, anualmente, durante o Seminário do Posicionamento Estratégico. E nele estão descritos: a Missão, Valores e Princípios da Empresa, Aspectos da Cultura e Disposições sobre Ética e Moral para que todos os líderes tenham uma conduta orientada em suas ações. Veja alguns trechos:

- *"A Comunicação na Empresa é aberta e é direito de todos. As lideranças têm por obrigação divulgar esta prática, em que os colaboradores podem se comunicar com qualquer pessoa, independente do grau hierárquico".*
- *Nenhum colaborador sofrerá pena, punição ou retaliação por denunciar ou testemunhar práticas de má fé ou lesão ao patrimônio da Empresa.*
- *Todos os colaboradores da Empresa têm acesso à Liderança (gerentes de departamento, gerentes regionais, diretoria, superintendência). O Magazine Luiza possui uma política de portas abertas."*

LINHA 0800: Juntamente com o Código De Conduta Ética temos a Linha Direta com a Superintendência aberta para clientes e colaboradores para que seja denunciado qualquer ato que fira os valores e a ética da Empresa.

LUIZA NEWS: Informativo interno bimestral criado com o objetivo de promover a comunicação transparente, de mão dupla e que mantém todos os colaboradores informados sobre os fatos que possam afetar sua vida dentro da Empresa. O informativo é um exemplo da importância das pessoas para a empresa, pois o colaborador é o destaque. Possui espaço fixo para a divulgação e valorização das ações criadas pelas lojas que poderão gerar inteligência competitiva, estimulando outras unidades.

TV LUIZA: Canal de comunicação interna entre a empresa e os colaboradores, através de fitas de vídeo. O foco do TV Luiza é alinhar a equipe com relação às decisões estratégicas, lançamentos de campanhas, divulgação de fatos e momentos importantes, reafirmação de valores e princípios éticos e fortalecimento da cultura da Empresa. Um aspecto importante deste instrumento é a palavra da diretoria e principais lideranças para as equipes e a presença dos próprios colaboradores. Sua veiculação é trimestral.

2. INTEGRAÇÃO/ALINHAMENTO

* "As pessoas são a força e a vitalidade da nossa organização"

Faz parte do programa "Pessoas em Primeiro Lugar" o profundo envolvimento, alinhamento e participação dos funcionários nas ações do dia-a-dia

RITO DE COMUNHÃO é uma verdadeira fonte de sinergia e força grupal, sendo realizado todas às segundas-feiras, às 7h45 em cada Unidade, Centros de Distribuição e Escritório Central, e às 9h45 nas lojas de Shoppings com participação espontânea e voluntária da equipe. Todos colaboradores e lideranças se reúnem para um momento de comunhão com a Pátria, com a Empresa, com o Espiritual e com os colegas de trabalho. O principal objetivo do Rito é criar uma sinergia entre as pessoas e divulgar as ações que serão realizadas e os resultados obtidos na semana anterior. São comemorados, ainda, os aniversariantes da semana. Este é um momento muito especial para todos da empresa.

POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO: É participativo e inicia com questionários e pesquisa de clima interno envolvendo todos os colaboradores da empresa. Sua formatação é feita por um comitê da Administração Central e sua divulgação é realizada em um Seminário de dois dias para toda as lideranças da empresa para alinhamento, divulgação e mobilização da gerência com relação aos objetivos estratégicos e metas do ano vigente. Ele ocorre no mês de março e de dois em dois anos, o Seminário é aberto para a participação dos cônjuges, com o objetivo de aproximar a família com as Diretrizes Estratégicas da Empresa.

No ano que temos o Encontrão, o repasse do posicionamento estratégico é feito pela própria Direção da Empresa a todos os colaboradores envolvendo todos os funcionários.

No ano que não é realizado o Encontrão, cada liderança recebe um kit contendo informações e fita de vídeo para divulgar todas as metas e objetivos do ano para a equipe de base, que também é chamado de repasse.

ENCONTRÃO: É o maior evento interno da empresa, realizado desde 1.992. O seu objetivo principal é aproximar a equipe das unidades com a Diretoria e Lideranças da Administração Central. É um dia de confraternização, integração, aprendizado. A participação é espontânea e voluntária. O momento é único e especial. Atualmente a periodicidade deste evento é a cada dois anos e tem um tema central.

REUNIÕES BIMESTRAIS DA GERÊNCIA DE LOJA COM SEUS REGIONAIS: Reuniões realizadas com o objetivo de ouvir os problemas e necessidades do campo (profissional e pessoal), trazidos pela gerência, bem como, a discussão e alinhamento das metas e ações do bimestre, principalmente daquelas que podem afetar a equipe diretamente. É feito também para celebração de resultados.

REUNIÕES GLOBAIS QUADRIMESTRAIS DA GERÊNCIA DE LOJA COM A GERÊNCIA NACIONAL DE VENDAS E DIRETORIAS: A cada 4 meses, a Diretoria e Gerência Nacional de Vendas reúnem todos os Gerentes de Loja da Rede, num único Encontro, para promover um alinhamento maior dos resultados conquistados no quadrimestre, homenagear os destaques da Empresa no período e traçar novas ações para que o resultado anual e posicionamento da empresa no mercado sejam alcançados.

EVENTOS DE CONFRATERNIZAÇÃO: São liberadas verbas para confraternização das equipes, conquistadas através de seu desempenho, visando a celebração das conquistas. Exemplo: churrasco, jantares, festas de final de ano, etc.

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO DE NOVOS COLABORADORES DAS LOJAS EM FUNCIONAMENTO: O Magazine Luiza mantém mensalmente um Programa de Integração para os novos colaboradores das Lojas em funcionamento, que compreende uma atividade de um dia na Administração Central em Franca, para disseminação da cultura. Na ocasião os colaboradores visitam as dependências da Administração, conhecem pessoalmente os Diretores e diversos colegas de outras filiais. Este programa é realizado após a efetivação do colaborador (após 90 dias de experiência).Toda a capacitação funcional é realizada em sua Unidade de origem, durante este período.

3. TREINAMENTO / DESENVOLVIMENTO

* *"As pessoas são a força e a vitalidade da nossa organização".*
"O comprometimento com a evolução do ser humano através da postura ética e do investimento no processo educativo ".

O Magazine Luiza acredita que, só através da educação teremos pessoas conscientes que ajudarão a construir um país melhor. Foi então criado em 1998 o CENTRO LUIZA DE EDUCAÇÃO E DESENVOLVIMENTO que tem como principal missão *"criar um processo interno de educação contínua e permanente, capacitando* as pessoas técnica e emocionalmente, visando o seu desenvolvimento global". Através do centro, os colaboradores da empresa, independentemente da função que exercem, podem inscrever-se em qualquer um dos cursos e ter acesso a vários programas de desenvolvimento gerencial e formação técnica profissional. Além dos treinamentos, são realizadas reuniões com os colaboradores de diversos níveis, visando a divulgação de nossa filosofia e cultura.

O Centro Luiza de Educação e Desenvolvimento, realizou diversos programas de Treinamentos e Desenvolvimento em 2003, dentre eles destaca-se:

Programa de Desenvolvimento Gerencial – com assuntos ligados à Gestão de pessoas, Orçamento, Marketing e Promoções, Gestão de Resultados, Gestão Operacional, Crédito Cobrança, entre outros que vem sendo realizados desde 1.991.

Programa "Saber Luiza"- doação de Bolsas de Estudos para cursos Universitários, Línguas e Computação, que vem sendo realizado desde 1.992 Este programa favoreceu 312 colaboradores em 2003, que efetivamente realizaram seus cursos, contra 252 em 2.002,nos cursos de 1° e 2° graus, Universitários, Pós Graduação, Inglês e Informática com bolsas que variaram de 30 a 70% de acordo com o desempenho escolar e na empresa.Neste ano de 2.004 foram renovadas 176 Bolsas de Estudos e concedido mais 196, para novos bolsistas, totalizando 372 colaboradores beneficiados, (47% maior que em 2.002).

Há também **Programa Trainee a Gerentes de Loja:** Busca desenvolver os encarregados de seção, preparando-os para seguir carreira na Empresa. As inscrições são voluntárias e o programa prevê uma avaliação de potencial, workshops e estágios práticos nas melhores Unidades da Empresa. No ano de 2003 foram promovidos 72 Gerentes Trainees, para Lojas Convencionais e para Lojas Virtuais. Dentre eles, foram efetivados como Gerentes de Loja , 59 talentos.

Programa de Trainee: Foi criado visando a contratação de jovens talentos, com o objetivo de oxigenar as diversas áreas da empresa, Desde sua implantação, em 2.003, foram contratados 11 Trainees, dos quais 6 já estão alocados nas áreas de Marketing, Compras, Logística e E-Commerce.

Programa Treinamento Para Vendedores: Lançado desde 1.999, para qualificação de todos os vendedores da Empresa, este programa foi criado sob medida para atender as necessidades da nossa equipe, fortalecendo a cultura comercial de nossa organização. Desde a sua criação o programa treinou 76 turmas, num total de 2.572 pessoas até 2002. O curso foi aberto também para os colaboradores que não atuam nesta função, mas que tem interesse em fazer carreira na área comercial.Em 2.003, o programa teve sua continuidade, sendo que foram treinados 868 vendedores, num total de 18 turmas.

Treinamento de Produtos : Realizado em parceria com as indústrias fornecedoras, Em 2.003 foram realizados 352 treinamentos de produtos para 4.810 participantes. Utilizamos também a ferramenta de ensino à distância (CD-Room) para treinamento de produtos.

Programa Treinamento À Distância: são treinamentos enviados através de CD-Room para todas as filiais e aplicados através de metodologia própria. De qualquer localidade os supervisores, gerentes, diretores, podem acessar, através da Internet, o desempenho de toda a equipe Luiza nos treinamentos realizados

Cursos Externos e no Exterior: A empresa disponibiliza para todos os colaboradores a participação em cursos, palestras, seminários e congressos. Seu apoio financeiro varia de 30 a 50% do investimento. A empresa apóia os colaboradores de níveis gerenciais e de direção a participarem em cursos no exterior, com o auxílio financeiro que varia de 50 a 100% do investimento e a liberação dos dias em que o profissional se ausenta da empresa .

Programa Gestão Para A Excelência: O Programa Gestão para Excelência é voltado para o desenvolvimento dos Encarregados de Vendas e Administrativo das Lojas e acompanhamento de Plano de Carreira. O treinamento está fundamentado em três pilares: Gestão de Processos, de Resultados e Gestão de Pessoas.

Há também a **Loja Escola Luiza:** Este novo projeto, desenvolvido em 2.002, iniciou sua fase de implantação em 2.003, que transformou a Loja da Avenida Brasil (loja convencional e de porte médio) situada na cidade de Franca em "Loja Escola". Atualmente, todas as novas turmas contratadas para as novas lojas, participam dos treinamentos na Loja Escola, realizando no laboratório, a aplicação dos conhecimentos através de simulação da prática (vide anexa).

Vale ainda destacar o **Plano de Carreira** que tem como slogan *" O Céu é o Limite".* O Plano de Carreira no Magazine Luiza é totalmente flexível, sendo as carreiras estruturadas em rede . Nele, todos os colaboradores podem manifestar seu desejo de crescer na organização em qualquer direção, independente de sua posição atual. Em 2.003, o Programa movimentou um total de 856 colaboradores.

No **Recrutamento Interno** 80% das vagas existentes na Organização são abertas, primeiramente para o grupo interno. Esta ação motiva toda a equipe a procurar o seu auto desenvolvimento, visando preparar-se para as novas oportunidades que surgirão.

4 . ADMINISTRAÇÃO PARTICIPATIVA

"Respeite o SER HUMANO na sua globalidade."

A empresa possui uma administração autônoma, participativa e responsável. Suas **principais ações neste sentido são:**

CÓDIGO DE CONDUTA DE ÉTICA: Conforme consta no próprio "Código de Conduta de Ética" que é assinado pelos líderes da empresa:

- *"Os gerentes e ou substitutos imediatos têm autonomia para administrar a sua Unidade, tomar decisões, delegar tarefas e estimular cada vez mais a participação da sua equipe, através do Conselho de Representantes dos Colaboradores, de forma consciente e responsável, observando as normas da Empresa".*
- *"O Conselho de Lojas é um órgão para a representatividade dos colaboradores. Ele será eleito democraticamente pelo grupo. Cabe ao gerente promover anualmente as eleições do Conselho, bem como ouvi-lo em todas as decisões da Unidade."*

CONSELHO DE LOJA: O conselho de loja é um órgão interno, de representatividade dos colaboradores, que visa contribuir com a gerência e encarregados no processo decisório de administração da unidade. Os próprios colaboradores da loja escolhem, através de eleição, democrática, quem serão seus representantes por um ano, junto ao conselho. O conselho de loja atua nas decisões do programa de participação na rentabilidade, admissão e demissão de colaboradores, diretrizes do plano de carreira, revisão de linha de produtos por setores, entre outros. Cabe também aos Conselheiros e Gerente da Loja, avaliarem periodicamente a equipe e acompanhar o colaborador com baixa performance, sinalizando os caminhos a seguir por ele, para retomar sua produtividade, postura e comprometimento

COMITÊ DE SALÁRIO: Formado por um representante de cada unidade, eleito democraticamente, visando discutir e formatar a política salarial e benefícios para os envolvidos (vendedores, auxiliares administrativos e funcionários do setor de distribuição, etc.). Periodicamente, este grupo é reunido para negociar e avaliar, com a diretoria (inclusive com a presença de Luiza Helena - superintendente do grupo) e área de humanas, a política de premiação para vendedores e crediaristas.

GERENTE REGIONAL: O Magazine Luiza, conta hoje com 11 Gerências Regionais, as quais assumem um determinado número de lojas. Cabe a estes Gerentes Regionais, dar suporte ao Gerente de Loja, entre outras coisas, ao processo de condução das equipes. Os mesmos são responsáveis por apoiar os colaboradores em seu desempenho e carreira, em conjunto com o Gerente da Loja e Conselho de Funcionários, fazendo as intervenções que forem necessárias. Os gerentes participam de reuniões, bimestralmente, com seus Regionais, que orientam ações que deverão ser realizadas pelas equipes, alinhando, com isto, toda a força-tarefa da empresa em prol dos mesmos objetivos.

5 . RECOMPENSAS E RECONHECIMENTOS

** "PARTICIPE no planejamento e nas ações para atingir as metas e os objetivos individuais e globais das unidades, preservando o crescimento mútuo."*

No Magazine Luiza, desde 1994 que o salário é atrelado aos resultados da empresa. Desta forma tinha-se a certeza de que as pessoas cresceriam junto com os resultados e seria uma relação de "ganha-ganha". Outra premissa existente na empresa è que o salário somente, não é essencial para a motivação do funcionário, e que a pessoa com melhor desempenho merece um tratamento diferenciado. Por isto a empresa reconhece o profissional em diferentes formas,

fazendo-o sentir orgulho de si mesmo, da organização, estimulando-o a um contínuo processo de crescimento e desenvolvimento. Veja abaixo as principais ações.

PROGRAMA DE PARTICIPAÇÃO NOS RESULTADOS: Este programa é mantido por uma política salarial ligada aos resultados de cada uma das Unidades de trabalho. A Empresa possui uma política de salário variável, conforme os resultados de vendas, margem, cobrança e lucro líquidos alcançados a cada mês. Além disso, a política de salário por resultados contempla também resultados individuais, pagando melhor para o colaborador que apresenta melhor desempenho e produtividade, bem como premia o trabalho grupal, através de prêmios conquistados, quando o "time" todo conquista o desafio traçado.

PAGAMENTO DE BÔNUS ANUAL: Os colaboradores do Escritório Central de todos os níveis hierárquicos, fazem jus a um bônus anual de mais um salário (14o Salário) quando a Empresa atinge a meta de rentabilidade anual. Os gerentes de Depto e Diretores podem ganhar até 4 salários amarrados aos resultados individuais e globais da empresa.

No caso dos Gerentes de loja, eles ganham 14o Salário amarrado em seu desempenho individual (inventário e cancelamento).

PRÊMIO DE PARTICIPAÇÃO NO SUPERAVIT DO LUCRO DE GESTÃO: Criado no início de 2.002, o prêmio do lucro de gestão, objetiva reconhecer os melhores empreendedores da empresa neste período. Cada unidade tem suas metas de resultados no ano (aquelas que só dependem da ação da loja). O prêmio prevê a devolução de 10% do superávit de Lucro (meta estabelecida a partir de 105% do resultado), que será distribuído para a equipe, de acordo com critérios traçados pela mesma, junto com o Gerente e Conselho de Funcionários da Loja. No ano de 2.003, 57 lojas ganharam o prêmio, levando cheques de até R$ 15.000,00.

RECONHECIMENTO DA CAMPANHA 28: No final de setembro de 2000 lançamos uma grande campanha para mudar radicalmente o resultado de rentabilidade da empresa. A partir de então, mensalmente, premiamos e reconhecemos os gerentes que cumpriram os objetivos traçados, de forma criativa e inusitada, além dos prêmios em dinheiro. Na reunião de Gerentes do mês, todos aqueles que atingem os objetivos são homenageados, recebendo a medalha de ouro ao som do "Tema da Vitória - Airton Senna", das mãos dos Diretores e Gerentes Regionais. O gerente campeão do mês e os vendedores destaques da empresa, ganham além da medalha e do podium, um outdoor em sua cidade, recebendo congratulações da empresa. Os gerentes ainda concorrem a uma viagem no Brasil, em local de sua escolha, com seus familiares (cônjuge, filhos, pais, sogro e sogra), desde que façam o resultado do 28, nos 12 meses do ano. No ano de 2.002, 03 (três) gerentes fizeram jus a este prêmio da viagem para um local de sua escolha e viajaram em 2.003 com seus familiares como esposa, filhos, pais e sogros. Em 2.003, 02 gerentes fizeram jus ao prêmio e durante 2.004, estarão viajando com suas famílias.

PROGRAMA DESTAQUE DO MÊS: Criado com o objetivo de reconhecer o desempenho individual dos colaboradores no mês. O colaborador destaque é escolhido segundo critérios pré-definidos em conjunto com a equipe através de votação democrática. O mesmo tem a sua foto afixada em um painel próprio que fica exposto durante todo o mês em local estratégico da unidade (local de grande circulação de pessoas). O funcionário recebe uma carta da diretoria de recursos humanos e usa durante todo o mês o bottom do "Funcionário Destaque". O mesmo recebe ainda o Certificado do Funcionário Destaque, no escritório central se ganha uma cesta de café da manhã, vale-refeição em restaurante tradicional da cidade e vaga no estacionamento central. Tudo isto como forma de reconhecimento pelo trabalho desenvolvido (vide anexa).

JANTAR COM SUPERINTENDÊNCIA E/OU DIRETORES: Quando o grupo atinge metas, devido ao lançamento de alguns desafios, é oferecido um jantar, com sorteio de brindes e prêmios em dinheiro, tendo a presença da superintendência, lideranças do Escritório Central, gerência e equipe da unidade. Em alguns casos, são convidados os familiares da **equipe.**

RODADA DE PIZZA COM A DIRETORIA E GERÊNCIA NACIONAL DE VENDAS: Em visita da Diretoria e Gerência Regional de Vendas nas cidades com mais de uma filial, no final do expediente é oferecida uma rodada de pizza aos colaboradores de todas as lojas. Este momento promove a integração e confraternização entre as diferentes equipes e são selados pactos de conquista de resultados na cidade, visando fortalecer o posicionamento do Magazine Luiza no mercado local.

PROGRAMAS DE INCENTIVO:

- OPERAÇÃO BUMERANGUE: Programa de incentivo interno criado em 2.003, para mudar o foco da equipe de colaboradores: saindo do produto para o cliente. Os colaboradores recebem uma pontuação pela conquista, reconquista e manutenção de clientes e pode trocar por prêmios. Os melhores em número de clientes recebem ainda uma viagem com acompanhante para o Nordeste no final do ano. A indústria também participa, procurando incentivar a venda de seus produtos através de uma premiação extra (pontos, produtos e viagens). Com o programa a empresa ganha no aumento da ativação de clientes e faturamento para seus melhores clientes. Paralelo a isso, os colaboradores ganham prêmios e viagens.
- ENCONTRO DE CAMPEÕES: É um evento realizado anualmente para homenagear os melhores vendedores, Encarregados, Gerentes e Gerentes Regional da Rede. No evento são realizadas palestras para autodesenvolvimento e almoço com os diretores, no qual são sorteados brindes e entregue troféus e homenagens. Mensalmente, este programa, envia ao vendedor campeão de cada unidade um certificado assinado pelo Gerente Nacional de Vendas, parabenizando-o pelo seu desempenho que conta pontos para o seu Plano de Carreira na Empresa (vide anexa).
- PULA MEIO: É um programa de reconhecimento monetário para todos os vendedores que superam sua meta de vendas. A cada 10% a mais da cota de vendas realizada, ele tem aumentado em 10% o valor de suas comissões (vide anexa)

6 . BENEFÍCIOS

** "Faça aos outros o que gostaria que fizessem a vocês."*

Ainda no programa "Pessoas em Primeiro Lugar", O Magazine Luiza mantém um plano de benefícios extensivo a todos os funcionários, conforme segue abaixo:

CONVÊNIO COM A LUIZA CRED: A Luiza Cred é uma empresa do grupo Luiza, em parceria com o Unibanco, que foi criada em outubro de 2.001, com o objetivo de oferecer financiamento próprio aos Clientes das Lojas. A Área de Humanas realizou um convênio com a Luiza Cred no ano de 2.002, para oferecer uma nova fonte de financiamento na modalidade de crédito pessoal, para facilitar a aquisição de bens e apoio a dificuldades financeiras dos colaboradores, com juros menores do que os praticados no mercado (2,31% ao mês). O processo de liberação é simplificado e realizado pela área de Humanas, com o desconto em folha de pagamento.

CONVÊNIO COM A CAIXA ECONÔMICA FEDERAL: Este convênio consiste em facilitar a aquisição e construção da casa própria, com juros menores do que os praticados no mercado. Existe ainda uma modalidade de crédito pessoal com juros subsidiados (taxa de 2,60%), com todo o processo de liberação simplificado, realizado pela área de Humanas e com desconto em folha de pagamento.

FUNDO MÚTUO: Foi criado com o objetivo principal de atender os colaboradores em casos de morte, doença, construção e compra de casa própria e casamento. Atualmente, o fundo mútuo também atende outras necessidades, visando a tranqüilidade do colaborador. (extensivo aos dependentes).

REEMBOLSO DE FARMÁCIA PARA CASOS DE DOENÇAS CRÔNICAS OU GRAVES/ FALECIMENTO: Através de um fundo criado pela empresa, os colaboradores portadores de doenças graves, têm parte de suas despesas com medicamentos reembolsadas (entre 50 a 100%). Este reembolso é extensivo aos dependentes diretos. (casos atendidos - câncer, aids, tuberculose, problemas cardíacos e neurológicos, como derrames e aneurismas). O Fundo auxilia ainda com despesas funerais do colaborador e dependentes. (extensivo aos dependentes).

AQUISIÇÃO DE PRODUTOS COM CONDIÇÕES FACILITADAS: O Magazine Luiza constantemente busca parceria junto a Instituições Financeiras e Fornecedores, criando um Programa Interno que facilite o acesso dos colaboradores a produtos de alto valor agregado. Através de um site na Intranet, os colaboradores podem adquirir estes produtos, em plano de 12 meses e taxa de juros subsidiados.

CONVÊNIO MÉDICO: subsidiado em 50% pela empresa. O Plano é extensivo para todos os colaboradores e seus dependentes diretos num total de 5.258 usuários. Em Franca onde se localizam 822 colaboradores realizamos um convênio com o SOS para facilitar o transporte ao hospital em casos de emergência e realizar os primeiros socorros.

UNIMED PAIS: A Área de Humanas, juntamente com a Superintendência, utilizando-se da força de negociação da Empresa, buscou uma parceria junto à Unimed, visando oferecer aos colaboradores o Convênio Médico para inclusão dos pais e sogros, a um baixo custo,(que é integralmente assumido por ele) . O preço negociado é a metade do que seria pago por eles, particularmente junto à Unimed.Este benefício é um dos mais elogiados pela equipe, por trazer segurança e garantia de atendimento médico aos pais, que são pessoas simples e com idade mais avançada. Temos 809 usuários (pai, mãe, sogro e sogra) neste benefício.

TICKET RESTAURANTE : (subsidiado 100% pela empresa). O benefício do Ticket Alimentação é através de Cartão Magnético, garantindo maior comodidade na utilização. No início de 2.003, num momento muito difícil para o Varejo, a Diretoria da Empresa, decidiu aumentar o valor deste benefício em 51,5%, visando dar melhores condições ao grupo de colaboradores.

SEGURO DE VIDA: A empresa mantém um seguro de vida em grupo para todos os profissionais que constantemente se deslocam a serviço da empresa. Este benefício é pago integralmente pelo Magazine Luiza.

BOLSA DE ESTUDOS: Programa criado para estimular o grupo de colaboradores a buscar sua formação escolar, atendendo às novas exigências do mercado. O Programa recebeu o nome de *" SABER LUIZA "*

FLEXIBILIZAÇÃO DE HORÁRIOS: Dentro da política de promover a qualidade de vida da equipe, criamos o "*Dia do Sossego"*, para que o colaborador possa ter seu horário mais flexível, negociando com a gerência e equipe da unidade.

PLANO DE PREVIDÊNCIA MAGAZINE LUIZA - PREVER LUIZA. O Plano foi implantado em dezembro de 2001, visando proporcionar maior qualidade de vida aos colaboradores, por ocasião de sua aposentadoria. O Plano é estendido a todos os colaboradores, sem distinção. . O parceiro escolhido foi o UNIBANCO/AIG - Seguros & Previdência, com uma das maiores rentabilidades do mercado. Todas as contas individuais já foram abertas e a Empresa, a partir de abril de 2.003 passa a depositar um percentual único para todos os colaboradores, independentemente da contribuição realizada voluntariamente por eles. Os benefícios que o Luiza Prev traz aos nossos colaboradores, além dos já existentes nos planos comuns de previdência (aposentaria normal, antecipada ou postergada), são as indenizações pagas pela empresa em casos de invalidez total e permanente ou morte. Esses benefícios são adicionais, portanto, independem de qualquer contribuição por parte do colaborador. No caso de ocorrência

de invalidez ou morte o colaborador recebe uma indenização em forma de pagamento único, um valor múltiplo da média dos três últimos meses de seu salário mensal, Não há nenhum tipo de carência para o recebimento dos benefícios resultantes de invalidez e morte. Além da indenização paga pela empresa, o beneficiário receberá o total do saldo de conta constituído.

PLANO ODONTOLÓGICO: foi fechado em Abril/2002, o contrato com a INTERODONTO. A Área de Humanas analisou e fechou o melhor contrato de grupo, tanto em termos de benefícios, quanto em termos de custo, para torná-lo acessível à todos os colaboradores da Empresa, sem distinção. A inclusão no Plano é voluntária e os custos são assumidos pelo colaborador. O desconto é feito em folha de pagamento e o plano é extensivo aos dependentes e agregados (pai, mãe, sogro e sogra). O convênio conta atualmente com 1.468 colaboradores, 1.042 dependentes e 384 agregados (pai/mãe,sogro/sogra) inscritos, perfazendo um total de 2.894 participantes (extensivo aos dependentes).

O Magazine Luiza ainda mantém alguns benefícios exclusivos para as mulheres, que são:

ACONSELHAMENTO DE CARREIRA: Mantemos um aconselhamento psico-social à disposição das colaboradoras que necessitam serem orientadas quanto ao seu plano de carreira.

APOIO ÀS COLABORADORAS PROMOVIDAS NO PLANO DE CARREIRA: As colaboradoras que são promovidas à gerente em treinamento e gerente de loja, necessitam de maior acompanhamento da equipe multidisciplinar dos Recursos Humanos, tendo em vista as implicações familiares geradas por sua ausência do lar (durante o período de estágio) e pela transferência de cidade (o que implica na decisão do esposo em deixar o antigo trabalho para acompanhar a colaboradora em outra cidade). Fornecemos apoio psico-social e financeiro para a adaptação da família à nova realidade.

CHEQUE-MÃE: A Empresa mantém um Programa de Apoio às Mães que trabalham na mesma, denominado "Cheque – Mãe". Ele beneficiou em 2.003, 746 mães e 1.125 crianças. Cada mãe, independente da área em que atua, ganha mensalmente R$ 151,00 para auxiliá-la na educação e cuidados dos filhos menores de 10 anos. O pagamento do benefício está atrelado ao desempenho e produtividade. Este programa reduziu em 80% as saídas voluntárias das mães que não tinham com quem deixar seus filhos menores.

7. RESPONSABILIDADE SOCIAL – COM A COMUNIDADE

** MISSÃO: "Ser uma empresa de competitividade, inovadora e ousada que visa sempre o bem-estar comum."*

** PRINCÍPIOS: "Seja sempre útil à comunidade na qual faz parte".*

O Magazine Luiza é conhecido pela confiança que seus funcionários têm no Brasil e pelo papel social que exercem em sua comunidade. Porque se cada um fizer a sua parte, com perseverança e crença, haverá uma sociedade mais justa e um futuro melhor.

Na empresa há uma consciência de cidadania empresarial e responsabilidade social, fazendo parte inclusive da missão e dos princípios, constando de documento específico de conhecimento de todos os colaboradores, que são mobilizados para tal fim.

Descrevemos abaixo as principais ações que envolvem os funcionários a este tipo de ação, pois sabemos que ao incentivá-los a cuidar da comunidade e do próximo, estaremos contribuindo com o próprio pai.

LOJAS: Por fazer parte da política da empresa a descentralização do poder e de ações, cabe ao gerente da unidade, junto a sua equipe, decidir e definir como participar e auxiliar a sua comunidade (instituições, escolas, redes públicas, etc.). As formas de participação são: doações de produtos e serviços; cedendo equipamentos e outros recursos materiais; repassando recursos

financeiros a partir de solicitação; apoio às campanhas de saúde (vacinação, doação de sangue, etc), cursos e palestras, doação de cestas básicas.
Independente disto, as Lojas Virtuais, possuem um centro promocional (espaço reservado para cursos, palestras) à disposição da comunidade. A própria loja oferece cursos gratuitamente a seus clientes e a comunidade. Desde o ano 2.000, temos instalado Internet nesta lojas, para uso inteiramente grátis da comunidade. Temos recebido diariamente vários alunos da rede pública que realizam suas pesquisas escolares dentro de nossas lojas, através da Internet.
CONCURSO CULTURAL: Realizado no mês de outubro, utilizando-se de temas atuais, tem como objetivo estimular a criança à participação, desenvolver sua criatividade e buscar mais conhecimentos. É lançado nas escolas em todas as cidades onde o Magazine Luiza está presente. São doados prêmios para as escolas do aluno ganhador e os melhores trabalhos são premiados com computador, televisor e baú de diversões. Também, em cada loja, é feito o sorteio de uma bicicleta para os participantes. Em 2003 o tema do Concurso Cultural foi: *"Atitudes para um Mundo Melhor"*, o que levou às crianças participantes uma reflexão para responsabilidade social que cada cidadão deve ter. Neste ano tivemos uma participação record no concurso, totalizando 316.138 crianças, principalmente da rede pública de ensino.
PALESTRAS PARA MICRO EMPRESÁRIOS, UNIVERSIDADES, ASSOCIAÇÕES, CONGRESSOS, EVENTOS: A exemplo da superintendência, as lideranças são estimuladas a darem palestras a entidades, escolas, buscando sempre contribuir com a comunidade, através da troca de experiências. Quando solicitados, os gerentes recebem um Kit de Palestras que contem todo material necessário (CD-Room, Filme) e dicas e orientações necessárias.
CAMPANHA DE NATAL: Parceria com a Unicef – Em 2.003, a campanha de Natal teve como objetivo, aproveitar o espírito de solidariedade, próprio desta data, para promover uma campanha de cunho social. Para isto, foi realizada uma parceria com a Unicef, para que a Empresa destinasse o lucro das vendas de dezembro, para apoiar projetos de desenvolvimento infantil nas áreas de saúde, educação e cidadania dos adolescentes. Foi escolhido o embaixador da Unicef no Brasil – Renato Aragão, para divulgar a Campanha junto aos nossos clientes.
Os funcionários da rede também foram convidados a participar, através de doações espontâneas pela Intranet, contribuindo para a realização destes projetos. O resultado da Campanha superou nossas expectativas. (vide anexo)

** = trecho da Carta de Conduta Ética do Magazine Luiza*

D – PRINCIPAIS RESULTADOS

O Magazine Luiza cresceu e as pessoas juntas. Os prêmios conquistados até hoje em função desta gestão focada nas pessoas, foram fruto de um trabalho sério, de uma cultura em que a crença nas pessoas, o respeito e a transparência nas relações, o envolvimento e o estimulo a participação são fatores essenciais para se manter uma equipe altamente produtiva, motiva e alinhada. Esta gestão em que o lucro e as pessoas estão no centro, trouxe para a empresa a velocidade, qualidade e rentabilidade e permitiu também o crescimento acelerado e sustentável.

Com relação aos investimentos feitos pela empresa em 2003, destacamos:
- na área de benefícios R$ 3.345.659,00
- Bolsas de Estudos e Treinamentos R$ 1.540.915,00
- Eventos R$ 1.500.000,00

O resultado de todas estas ações e investimentos, são os seguintes:

Finalista na Categoria Grande Empresa

Resultados internos:

- Crescimento no faturamento de 30% referente em 2003 e projeção de 35% para 2004
- 940 novos empregos em 2003
- O maior crescimento em nº de lojas em 2003 com 47 lojas e a previsão para 2004 de 76

Reconhecimento da Equipe:

- 2002 e 2001 – Revista Exame: 3º lugar "Melhor Empresa para se Trabalhar no Brasil"
- 2003 – Revista Exame: "Melhor Empresa para se Trabalhar no Brasil".
- Revista Exame: 3º lugar "Melhor Lugar para a Mulher Trabalhar no Brasil"

Reconhecimento do Mercado:

- 2003 : está entre as 10 melhores para se Trabalhar da América Latina, segundo pesquisa do Great Place to Work.
- 2003: Empresa mais Admirada no setor de varejo de eletroeletrônico, segundo pesquisa da revista Carta Capital e da consultoria InterScience.
- 2003: Prêmio Excelência em Qualidade de Comércio Eletrônico B2C 2003

Tudo isto é possível quando a empresa tem clara a sua gestão, o seu estilo de trabalho, a sua missão e valores. O processo é lento, gradativo e exige persistência, mas com simplicidade, harmonia e ordem, chega-se aos resultados esperados.

"Realmente, uma empresa é conhecida pelas pessoas, essencialmente, pelo esforço de fazer cada vez mais pessoas felizes, e quanto mais a empresa tem gente feliz e amiga, mais faz parte da vida de seus clientes. E é para isso que os funcionários do Magazine Luiza acordam todos os dias. Para ajudar as pessoas a ter uma vida melhor, porque pessoas nascem para viver coisas boas, e é nisso que todos do Magazine Luiza acreditam. Afinal, não há coisa melhor do que ver pessoas felizes, pois elas sempre estão em primeiro lugar." (Trecho do filme institucional do Magazine Luiza sob o titulo "*Pessoas em Primeiro Lugar*", apresentado na National Retail Federation em Nova York em Janeiro de 2004.)