Valorizar pessoas, promover esforços em torno de causas comuns e investir no cultivo da alma dos seus clientes e colaboradores são atributos reforçados diariamente no Magazine Luiza, que acredita que deve muito do que construiu até hoje à sociedade.

Ao estilo democrático de gestão e ao “Jeito Luiza de Ser” adotados pela empresa, está atrelada uma significativa diversidade de ações que visam promover benefícios para todos, quer sejam funcionários, clientes, fornecedores, meio ambiente ou sociedade. Afinal, o Magazine Luiza tem com um dos seus valores a crença de que as pessoas são a força e a vitalidade da organização.

Valorizar pessoas também significa valorizar a diversidade, independente de idade, sexo ou origem social, e o Magazine Luiza possui programas específicos para incluir e respeitar as diferenças entre as pessoas, como o programa de inclusão de pessoas com deficiência, o programa de contratação de jovens aprendizes e trainees e o atendimento diferenciado para mulheres que querem crescer na empresa.

Funcionários

Considerada, em 2003, a melhor empresa para se trabalhar no Brasil, sendo a primeira do mundo no setor do varejo a receber este reconhecimento, o Magazine Luiza acredita que o cliente só será feliz se, antes disso, o funcionário também for feliz.

Embasada nesta premissa, a empresa investe constantemente no desenvolvimento humano e profissional de seus colaboradores e mantém uma política de valorização das pessoas que é eleita, há 14 anos consecutivos, como uma das melhores do país, segundo metodologia do Instituto Great Place To Work.

Tal avaliação é baseada na opinião dos próprios funcionários da companhia, que respondem de forma imparcial, sincera e sigilosa às pesquisas. Este reconhecimento é reflexo de um conjunto de práticas, como benefícios diferenciados que promovem a dignidade e elevam o grau de saúde e escolaridade de seus colaboradores e de suas famílias, e também do incentivo ao autodesenvolvimento e ao plano de carreira, bem definidos e disseminados.

A transparência nas Informações e o alinhamento constante com todos, simultaneamente, garantem sintonia com os propósitos da empresa. Os canais oficiais de comunicação (a Rádio Luiza, a TV Luiza e o Portal Luiza) recebem até 90% de aprovação por parte dos colaboradores.

O reconhecimento externo à política de comunicação do Magazine Luiza também confirma a importância da transparência empregada na empresa. Em 2010, o Instituto Great Place to Work considerou que a empresa tem a “Melhor Prática de Falar com seus Colaboradores”, entre as 100 melhores para trabalhar do país.

Clientes

Obter sucesso nos negócios oferecendo o melhor atendimento ao nosso cliente, com honestidade e sem nunca enganar ou discriminar ninguém, é uma orientação simples que, no entanto, alicerça todo patrimônio conquistado pelo Magazine Luiza até hoje.

Esse atendimento diferenciado, chamado por nós de Atendimento 10 Estrelas, se reflete em uma prática diária que conduz nosso negócio em busca da excelência e do encantamento do cliente. Tal conceito traduz também nossa filosofia de que cada cliente que vem às nossas lojas o faz realizar um sonho, para levar à sua casa algo que torne sua vida mais leve, mais alegre, mais gostosa.

Investimos fortemente na preparação de nossas equipes para que soluções personalizadas sejam oferecidadas a cada um de nossos clientes, criando experiências memoráveis de compra e realizando sonhos. Também contamos com uma infraestrutura adequada e pronta para atender e encantar nosso cliente, como as listadas a seguir.

Centros de Promoções - um espaço aberto à comunidade para a realização de cursos profissionalizantes. Os cursos mais comuns são de culinária e informacoes-para-jornalistasrmática, mas alguns centros realizam também atividades para terceira idade e adolescentes, como ginástica, dança, capoeira e cursos de Inglês. Nas lojas virtuais também é disponibilizada internet gratuita e o serviço de pagamento de contas, gerando comodidade aos clientes, pois muitas dessas lojas estão situadas na periferia ou em cidades muito pequenas.

Lojas conceito - a proposta dessas lojas é a de unir satisfação pessoal e bem-estar à possibilidade de compras, oferecendo espaços de experimentação em todos os setores. Aprender receitas no Espaço Sabor, cuidar do visual no Espaço Beleza, ficar em dia com os temas da atualidade no Espaço Aprenda e deixar as crianças bem cuidadas e se divertindo no Espaço Brinque são algumas das opções, que incluem ainda uma programação diversificada de cursos, workshops e palestras, eventos culturais e de entretenimento.

Cliente Ouro - exemplo de ação que premia e enaltece o relacionamento com seus consumidores, o Dia de Ouro recompensa a fidelidade dos clientes do Magazine Luiza, de duas a quatro vezes por ano. Nesses dias, as lojas abrem exclusivamente para os clientes ouro, com tapete vermelho, flores, café da manhã e outras surpresas, além do sorteio de prêmios. Em 2010, o Dia de Ouro ganhou o troféu de prata da Associação Brasileira de Marketing Direto (16º Prêmio Abemd), como uma ação de respeito e consideração pelo que é case de sucesso no varejo.

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".

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.

Meio ambiente

Embora não exerça atividade de agressão ao meio ambiente, o Magazine Luiza tem consciência de que gera impactos indiretos e, por isso, tem desenvolvido políticas e práticas de preservação e conscientização em relação aos recursos naturais. Há muitos anos, adota lixeiras de coleta seletiva em seus escritórios e centros de distribuição (CD) e desenvolve campanhas de sensibilização, como o Projeto Cuidar do Ambiente.

Preservação de recursos naturais - o CD Bandeirantes, em Louveira-SP, foi projetado para 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 utilizados no local foram adquiridos com certificação de manejo sustentável de florestas.

Uso de papel reciclado - a preocupação com o meio-ambiente e a atuação para ajudar a construir um mundo com menos poluição também renderam reconhecimento ao Magazine Luiza. Anualmente, a empresa recebe o certificado da Incoplastic – fabricante dos papéis Incopy Clear e Fibery -, por sua política ambiental, que reconhece os esforços para o equilíbrio ambiental do planeta, a proteção de espécies, a melhoria da qualidade de vida e, principalmente, a educação de novas gerações. Em 2010, por exemplo, o Magazine Luiza usou mais de 59 milhões de folhas de papel reciclável. O uso consciente evitou que 16.303 árvores fossem cortadas e, por outro lado, o meio-ambiente ficou livre da emissão de mais de 679 quilos de gás carbônico.

Ethos e Akatu - preocupada com o meio-ambiente e o futuro da sociedade, o Magazine Luiza é associada, desde 1998, ao Instituto Ethos, uma organização da sociedade civil que ajuda as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de um mundo mais justo e sustentável. Suas práticas também foram reconhecidas, em 2005, pelo Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, que classificou o Magazine Luiza entre as empresas que melhor praticam a Responsabilidade Social.

Carona Amiga - disponível no Portal Luiza, veículo interno via intranet, o projeto permite que os colaboradores cadastrem pedidos ou ofertas de carona e reúnam pessoas em um mesmo veículo, contribuindo com a diminuição do trânsito das cidades e, consequentemente, com a preservação do meio ambiente.

Sua Empresa, Sua Casa - a campanha Sua Empresa, Sua Casa foi realizada nos seis Centros de Distribuição, com a proposta de educar os colaboradores para cuidarem melhor do ambiente de trabalho e da própria casa. Com isso, conseguimos reduzir o desperdício de itens como água e papel higiênico, além do índice de avarias em equipamentos e materiais. Foram desenvolvidas ações como a distribuição de informacoes-para-jornalistasrmativos, banners, adesivos e faixas.

Hora do Planeta - demonstrando nossa preocupação com o futuro do planeta, em 2010, o Magazine Luiza também participou do movimento Hora do Planeta. Criado pela ONG internacional World Wildlife Fund (WWF), essa campanha apaga as luzes num momento de reflexão e de demonstração de preocupação com o futuro do planeta, ameaçado pelo aquecimento global. No site, criamos links autoexplicativos para mobilizar as pessoas.

Sociedade

A solidariedade é um dos valores mais fortes no Magazine Luiza. Por isso, as unidades da empresa apoiam inúmeros projetos sociais e culturais nas comunidades em que estão inseridas, valorizando e auxiliando as iniciativas locais e, principalmente, a cultura regional.

Os gerentes das lojas recebem recursos específicos para apoiar eventos comunitários e participar ativamente de campanhas e mobilizações em prol da saúde e da sociedade. Tal comprometimento nasce, muitas vezes, do exemplo da própria liderança da empresa, que realiza doações substanciais a entidades locais, além de manter uma atuação pessoal voluntária em entidades públicas de Franca-SP, como ONGs ou hospitais.

Valorização da 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, a área de Marketing Promocional procura patrocinar, em cada região em que a marca está inserida, eventos que fortaleçam a cultura local. Alguns exemplos são a Festa do Peão, em Barretos-SP; o basquete nacional, em Franca-SP; a dupla sertaneja Rio Negro e Solimões; a Festa da Nossa Senhora da Achiropita e a Festa de San Gennaro, em Franca-SP, a Semana da Farroupilha, no Rio Grande do Sul, a Festa da Comunidade Católica da Zona Leste, em São Paulo, a Festa da Uva, em Caxias do Sul-RS, Festas Juninas em diversas localidades, entre outros eventos apoiados nas comunidades. Tais ações de incentivo e patrocínio procuram valorizar e preservar a cultura do interior do País.

Outra ação com este objetivo é a decoração das vitrines das lojas de maneira temática, conforme a cultura e a festividade regionais. No Rio Grande do Sul, por exemplo, durante a Semana da Farroupilha, os colaboradores trabalham caracterizados de acordo com a tradição e as vitrines são enfeitadas também com este fim.

No Encontrão, evento que reúne todos os colaboradores da empresa a cada dois anos, ou em outros eventos de grande porte da empresa, são contratados grupos artísticos locais ou regionais para enriquecerem a programação e proporcionarem entretenimento saudável e construtivo.

Rede do bem - boas ações são bem-vindas e constantemente estimuladas no Magazine Luiza, por meio do Projeto Rede do Bem, que reúne e divulga ações sociais desenvolvidas por colaboradores ou unidades de toda a empresa. Funcionando como uma espécie de multiplicador de ações sociais, a rede permite que qualquer colaborador envie Informações sobre projetos de voluntariado dos quais participa ou cadastre campanhas de apoio à comunidade ou ao meio-ambiente. Dessa forma, os colaboradores têm à disposição um amplo painel dos projetos realizados que podem servir de inspiração para outra unidade também aplicar na comunidade onde atua.

Exemplos como campanhas do agasalho, projetos de voluntariado, doação de sangue, de alimentos, de presentes, cobertores e outras utilidades para entidades ou hospitais ocorrem com frequência, em diversas unidades da empresa (escritórios, lojas e centros de distribuição), e, por meio da Rede do Bem, as ações são disseminadas e incentivam a replicação em novos locais.

Esporte - fundada em Franca-SP, capital do basquete, a empresa não poderia deixar de apoiar o esporte. Além de patrocínio direto, os incentivos se deram por meio do Programa Sócio-Torcedor, cuja finalidade é aumentar o número de torcedores da equipe, facilitar o acesso ao ginásio em dias de jogos e lançamentos de produtos exclusivos com a marca do time.

Cultura - por meio de incentivo fiscal, a empresa também patrocina eventos e ações culturais. Um exemplo é o lançamento do livro “Tudo que é sólido pode derreter”. Da série da TV Cultura, a obra entrelaça a vida de uma adolescente e os livros que ela está lendo.

Doações e patrocínios - cada unidade da empresa tem autonomia para atender pedidos de doações e patrocínios. São priorizadas sempre aquelas solicitações que beneficiam entidades e instituições sociais, como escolas, creches, delegacias da mulher, hospitais, asilos, APAEs, entre outros. Além disso, algumas das unidades se envolvem com as ações da comunidade onde atuam, apoiando festas populares e religiosas, casamentos comunitários, campanhas de saúde e educação locais.

Réveillon em São Paulo - Desde que chegou à capital paulista, em 2008, o Magazine Luiza patrocina um dos maiores eventos da cidade de São Paulo, o Show da Virada, em comemoração à passagem de ano. Uma imensa infraestrutura é

preparada para receber em torno de dois milhões de pessoas que celebram juntos o réveillon na avenida mais movimentada de São Paulo, a Avenida Paulista.

Saúde – o Magazine Luiza é o principal mantenedor do Hospital do Câncer de Franca e apóia financeiramente a Santa Casa de Franca (complexo de saúde composto pelo Hospital de Clínicas, Hospital do Coração e Hospital do Câncer). Os fundadores da empresa, Pelegrino José Donato e Luiza Trajano Donato, doaram um aparelho de Radioterapia, importado dos EUA, para o hospital, que atende pacientes de Franca e de 22 municípios da região. Esse equipamento, de cerca de R$ 2 milhões, possibilitou os pacientes da região deixassem de viajar até 400 km e pudessem receber o tratamento na própria cidade. Um dos sócios proprietário do Magazine Luiza e Diretor Executivo da Holding Luiza, o Sr. Onofre de Paula Trajano, também assumiu de forma voluntária a Direção Administrativa da Santa Casa, auxiliando no crescimento do hospital que é hoje referência em qualidade no atendimento para cerca de 35 mil pacientes por mês.

Apoio a instituições – em Franca-SP, a empresa apoia: a ONG Franca Viva, especialmente o projeto Inclusão Digital, de formação de crianças e adolescentes em informática; a ONG Secos e Não Molhados, que distribui fraldas descartáveis para crianças de baixa renda; e o Hospital do Câncer, realizando constantes mobilizações entre seus colaboradores que voluntariamente participam na aquisição de rifas e camisetas, cujos recursos arrecadados são direcionados a manutenção do próprio hospital.

Palestras - com a missão de mostrar que é possível dirigir um negócio bem sucedido, aliando lucro e felicidade, Luiza Helena Trajano, presidente do Magazine Luiza, participa de eventos, conferências e seminários nacionais e internacionais, além de ministrar palestras em universidades, empresas e instituições. Todos os cachês de suas palestras são depositados diretamente para a ONG Franca Viva, que realiza uma série de ações sociais em Franca-SP.

Apoio à pesquisa - o Magazine Luiza é objeto de interesse de pesquisa acadêmica em universidades de todo o País. Por isso, foi criado o site 'Acadêmicos', que tem uma procura média de 300 pesquisadores por mês, entre alunos de graduação, pós-graduação, mestrado, doutorado e MBA. O site é http://www.magazineluiza.com.br/seguro/academico/

Visitantes – 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 Dia da Recepção de Visitantes, com uma programação estruturada de acordo com as áreas de interesse. 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.

Programa de estágios - a empresa possui um programa de estágios, em parceria com universidades, para as diversas áreas da companhia, cujo objetivo é proporcionar a aprendizagem de uma profissão, o crescimento intelectual e a realização pessoal. O programa capacita os estudantes no desenvolvimento de competências básicas para o trabalho, favorecendo sua empregabilidade e sua integração no mercado de trabalho. Alguns de nossos estagiários passam a ocupar cargos efetivos na empresa. O Magazine Luiza também é apoiador e empregador do programa "Empresa que Educa", projeto do Senac para formação e capacitação de jovens de baixa renda, além de oferecer campo para estágio prático nas lojas.

Adote um Universitário - o Magazine Luiza participa do Programa 'Adote um Universitário', desde sua criação, em 1999, pela Prefeitura de Franca em parceria com empresas da cidade. O programa prevê o repasse de verbas do ISS (Imposto Sobre Serviços) das empresas direto para um grupo de jovens universitários, selecionados pelo Departamento de Serviço Social da Prefeitura, em forma de Bolsas de Estudo.

Clube Recreativo Gamalu - entidades assistenciais solicitam o espaço físico do grêmio da empresa, em Franca-SP, para atividades com menores de idade e idosos carentes, visando proporcionar um dia diferenciado de lazer. Toda a infraestrutura do grêmio (piscinas, quadras de esportes, campos de futebol, cantina, vestiários e playground) é colocada à disposição na ocasião.

Amiga da Criança - o Magazine Luiza é associado ao Instituto Pró-Criança, de Franca-SP, sendo uma das empresas líderes do movimento que trabalha para a erradicação do trabalho infantil nas empresas locais, principalmente nas calçadistas, que são abundantes na cidade.

Inclusão - a valorização e o respeito às pessoas estão na alma do Magazine Luiza. Em nossos processos de seleção, temos a orientação de garantir a diversidade humana em todos os aspectos, em especial na seleção de novas lojas. O Magazine Luiza acredita que a convivência com as diferenças contribuem para o desenvolvimento e aprendizado de todos. Além disso, procuramos dar condições de incluir pessoas com deficiência e tornar acessíveis os ambientes da empresa. Realizamos também um esforço e investimento contínuo para identificar e selecionar pessoas com deficiência aptas para o trabalho e oferecemos benefícios que visam equiparar as oportunidades a todos, como o cheque Educação Especial, a assistência médica estendida aos companheiros de colaboradores do mesmo sexo, entre outros.

Formas de pagamento

certificados e segurança

compre & confie

RA 1000 ReclameAQUI

receba ofertas com preços exclusivos + política de privacidade

digite o seu nome | digite o seu e-mail | ENVIAR

departamentos

ar e ventilação
artesanato
áudio
automotivo
bebês
beleza e perfumaria
brinquedos
cama, mesa e banho
câmeras e drones
casa e construção
celulares
colchões
comércio e indústria
eletrodomésticos
eletroportáteis
esportes e lazer
ferramentas e jardim
games
informática
instrumentos musicais
livros
mercado
móveis
papelaria
pet shop
relógios
saúde e cuidados pessoais
serviços
suplementos alimentares
tablets, ipads e e-readers
telefonia fixa
tv e vídeo
utilidades domésticas

marketplace

venda seus produtos

central de atendimento

atendimento
meus pedidos
trocas e devoluções
termo de compra e venda
arrependimento ou desistência
assistência técnica dos fabricantes
política de privacidade

serviços

recarga premiada
plano controle
televendas
lista de casamento
magazine luiza empresas
consórcio luiza
cartão luiza
luizaseg
parceiro magalu
clube da lu
quero de casamento
maga mais

parcerias

seja nosso parceiro

institucional

quem somos
nossas lojas
portal da lu
trabalhe conosco
programa ouro
pesquisas acadêmicas
assessoria de imprensa
investidores
investors

fornecedores

portal financeiro

compre pelo telefone

0800 773 3838

segunda a sábado: 8h às 20h
(exceto feriados)

compre também pelo chat online

acessibilidade

versão mobile

Preços e condições de pagamento exclusivos para compras via internet, podendo variar nas lojas físicas. Ofertas válidas na compra de até 5 peças de cada produto por cliente, até o término dos nossos estoques para internet. Caso os produtos apresentem divergências de valores, o preço válido é o da Sacola de compras.
Vendas sujeitas a análise e confirmação de dados.
Magazine Luiza S/A - CNPJ: 47.960.950/1088-36

Endereço: Rua Arnulfo de Lima, 2385 - Vila Santa Cruz, Franca/SP - CEP 14.403-471
Endereço eletrônico: www.magazineluiza.com.br – ® Magazine Luiza – Todos os direitos reservados

Fale conosco: https://www.magazineluiza.com.br/central-de-atendimento/fale-conosco/