

Respeito, desenvolvimento e reconhecimento

Elas são a força e a vitalidade da nossa organização.



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
Lojas Virtuais
Luizaseg
Magazineluiza.Com

Magazine Você
Chip Luiza
Época Cosméticos
Liquidação Fantástica

Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro

Black friday

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 799 lojas, nove centros de distribuição e três escritórios, espalhados por 16 Estados brasileiros, a companhia figura entre as maiores varejistas do País, oferecendo produtos para a casa da família brasileira, onde e do jeito que o cliente 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 telefonia, informática, eletrodomésticos, móveis, eletroeletrônicos, presentes, brinquedos, hobby e lazer. No site há um mix mais amplo do que nas lojas físicas, contando com cerca de 230 mil modelos de produtos. Em 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 do Conselho de Administração 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, modelo inovador de gestão que Frederico Trajano segue em sua gestão iniciada em janeiro de 2016.



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
Lojas Virtuais
Luizaseg
Magazineluiza.Com

Magazine Você
Chip Luiza
Época Cosméticos
Liquidação Fantástica

Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro

Black friday

EMPRESA COM ALMA

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 cerca de 20 mil colaboradores, três empresas coligadas e uma base de 50 milhões de clientes.

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



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

Desde 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 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
Lojas Virtuais
Luizaseg
Magazineluiza.Com

Magazine Você
Chip Luiza
Época Cosméticos
Liquidação Fantástica

Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro

Black friday



LUIZASEG

Em 2003, o Magazine Luiza se associou à Cardif, empresa do grupo francês 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*.

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 aos clientes, sem produtos em exposição. O relacionamento com o cliente é o principal foco deste modelo de vendas. A empresa fechou 2016 com 120 lojas desse tipo no país.



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, o site 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*.

Uma das principais tecnologias implantadas no site é a recomendação de produtos aos clientes de acordo com o comportamento de navegação e de compra, buscando a melhoria na experiência de compra - sistema que tem como motor um robusto big data. Além do site, esta tecnologia também está presente no aplicativo de compras do Magazine Luiza, que foi reformulado 2015, e também possibilita ao cliente realizar compras com apenas um toque. Mais de um milhão de clientes já fizeram o *download* do *app*.

O comércio eletrônico está totalmente integrado ao Magazine Luiza e oferece uma gama de produtos de aproximadamente 230 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. (item **INSPIRAR**)



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
Lojas Virtuais
Luizaseg
Magazineluiza.Com

Magazine Você
Chip Luiza
Época Cosméticos
Liquidação Fantástica

Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro

Black friday

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 2015 o Magazine Você chegou a de mais de 500 mil lojas criadas neste formato.

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 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.

ÉPOCA COSMÉTICOS

Em agosto de 2013 o Magazine Luiza assinou um contrato de compra e venda 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. O site representa uma oportunidade de aumento do número de produtos que podem ser vendidos em outros canais, como o Magazine Você – a 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 os seus acionistas.



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
Lojas Virtuais
Luizaseg
Magazineluiza.Com

Magazine Você
Chip Luiza
Época Cosméticos
Liquidação Fantástica

Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro

Black friday

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 24 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 necessário 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 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.





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
Lojas Virtuais
Luizaseg
Magazineluiza.Com

Magazine Você
Chip Luiza
Época Cosméticos
Liquidação Fantástica

Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro

Black friday

LUIZALABS

Em 2012, 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.

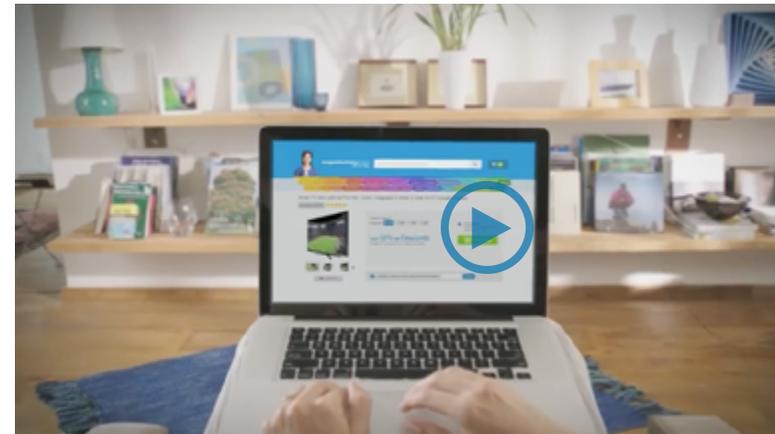
Formado por um grupo de desenvolvedores que não lidam com o dia-a-dia da empresa e só se preocupam com inovação, a estrutura é separada do Magazine Luiza, para viabilizar parcerias com universidades e financiamentos, como o Finep.

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 recomendações de produtos do magazineluiza.com, entregando sugestões de compras também por e-mails e via redes de display.



A lista de casamento Quero de Casamento, o social commerce Magazine Você, a plataforma de integração de venda Mobile Vendas e o aplicativo da companhia são outros produtos criados pelo centro de inovação.

MULTICANALIDADE



O Magazine Luiza tem a premissa de estar onde, como e quando o cliente desejar. Assim, além das suas 799 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 estes 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 tablóides 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
Lojas Virtuais
Luizaseg
Magazineluiza.Com

Magazine Você
Chip Luiza
Época Cosméticos
Liquidação Fantástica

Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro

Black friday

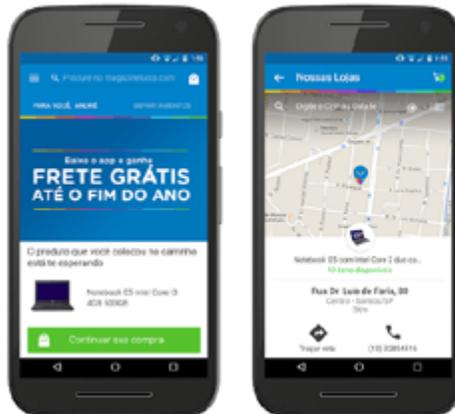
APLICATIVO MAGAZINE LUIZA



Em 2015, o Magazine Luiza lançou seu novo aplicativo oficial para *smartphones* e *tablets*, dando mais um passo em sua estratégia de digitalização das operações e das relações com seus clientes. O *app*, compatível com os sistemas operacionais iOS e Android, traz uma série de inovações para o mercado brasileiro de e-commerce e foi desenvolvido a partir de duas premissas: maior facilidade para comprar e a máxima personalização.

Alimentado por recomendações do Bob, a plataforma de Big Data do Magazine Luiza, o aplicativo mostrará vitrines virtuais baseadas no histórico de navegação e de compras de cada cliente, que poderá comprar com apenas um toque, após preencher o cadastro da plataforma. O app também permite que o usuário localize a loja do Magazine Luiza mais próxima com estoque disponível do produto desejado.

Destaque entre os canais digitais, o aplicativo de vendas mobile do Magazine Luiza, em 2016 o aplicativo atingiu a marca de 4 milhões de downloads. Com os incentivos do frete grátis e das compras com um toque, o app ultrapassou o volume de vendas do site da empresa, em datas como Black Friday e foi considerado um dos melhores aplicativos do ano segundo o Google Play, na categoria de apps feitos no Brasil.



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 três 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 2016, foram realizadas edições em março, junho, setembro e em novembro. Em todas as edições mais de um milhão de “Clientes Ouro” recebem convites para visitarem as lojas, e participarem do café da manhã exclusivo em um dia de venda especial para eles, além disso, os clientes que efetuam compras concorrem a prêmios como, carros, casas e viagens.





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
Lojas Virtuais
Luizaseg
Magazineluiza.Com

Magazine Você
Chip Luiza
Época Cosméticos
Liquidação Fantástica

Luizalabs
Multicanalidade
Aplicativo Magazine Luiza
Dia de Ouro

Black friday



BLACK FRIDAY

Pelo terceiro ano, a equipe de Redes Sociais organiza um plantão especial da Black Friday, que se tornou um diferencial para a experiência dos clientes com a marca nas redes sociais. A força-tarefa contou até com a presença de diretores de diversas áreas, colocando a mão na massa, para responder 100% de todas as dúvidas, solicitações de ofertas e reclamações feitas nos perfis oficiais da empresa nas redes sociais. Em 2016, 114 pessoas participaram, divididas em 5 turnos, e garantiram 100% dos atendimentos das interações realizadas.



Pratas da Casa
Seleção Externa
Linkedin

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

Programa de Alta Performance para PCDS

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, é um dos 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 81% 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 o 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 seqüência, 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 em longo prazo, 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 PCDS

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

O Magazine Luiza utiliza 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 dos vídeos e textos institucionais com cases que relatam o relacionamento da empresa com seus colaboradores. A página do Magazine Luiza no *LinkedIn* tem mais de 100 mil seguidores. Em 2016, foram divulgadas 40 vagas e mais de 104.292 mil pessoas se inscreveram, e 34 colaboradores foram contratados através 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 PCDS

RECEBER

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

Um dos grandes diferenciais do Magazine Luiza está 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 DE NOVAS LOJAS

Os novos colaboradores contratados para lojas que ainda serão inauguradas passam por uma série de experiências em grupo durante 30 dias. Em 2016, 455 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 3.658 horas totais 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. O CEO, Frederico Trajano, e a presidente do Conselho de Administração, Luiza Helena Trajano, 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.





Pratas da Casa
Seleção Externa
LinkedIn

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

Programa de Alta Performance para PCDS

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 desenvolverem um autoconhecimento, que os fortalece enquanto indivíduos e, conseqüentemente, 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 fizesse a você, ou seja, servir bem uns aos outros.



Pratas da Casa
Seleção Externa
LinkedIn

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

Programa de Alta Performance para PCDS

INTEGRAÇÃO À CULTURA

Como parte da estratégia de fortalecimento da cultura da empresa, o Magazine Luiza promoveu, ao longo de 2016, a integração de mais de 3.027 colaboradores e terceirizados, em São Paulo, Franca (SP), Nordeste e demais regiões. Eles participaram de uma série de treinamentos (palestras, bate-papos com os principais lideranças e exibição de vídeos com depoimentos e história da Companhia), nos quais eles 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 conceitos de sua cultura entre os parceiros.



INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

O Programa de Inclusão do Magazine Luiza promove a acessibilidade em suas unidades através de treinamentos, sensibilizações e adoção de processos, que 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 softwares para os deficientes visuais, cursos de LIBRAS para as unidades que receberão 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.

Na TV corporativa, é veiculado mensalmente o quadro Sou Eficiente, com um protagonista por programa, mostrando a contribuição profissional que estas pessoas dão 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 entrevistados, e muitos falam dos receios que tinham antes da 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 daqui para frente.

Atualmente o Magazine Luiza tem mais de 900 colaboradores com deficiência, que desempenham funções estratégicas e operacionais nas lojas, escritórios e CDs.

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), isenção do pagamento do plano de saúde (apenas para pessoas com deficiência) e demais benefícios legais.



Pratas da Casa
Seleção Externa
Linkedin

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

Programa de Alta Performance para PCDS

PROGRAMA DE ALTA PERFORMANCE PARA PCDS

O Programa de Alta Performance para colaboradores com deficiência foi desenvolvido pela área de Gestão de Pessoas, 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 2015, 58 colaboradores com deficiência que atuam nos escritórios de São Paulo e 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 após acompanhamento de assistentes sociais, terapeutas ocupacionais e psicopedagogos. Após os treinamentos, os colaboradores recebem a devolutiva com apresentação de seus resultados e acompanhamento para potencializarão das competências.





Missão	Atendimento 10 Estrelas
Visão	Meritocracia
Valores e Princípios	Comunicação
Credo	Autodesenvolvimento
Líder Inspiradora	Disque-presidência
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora
Reunião Matinal	Camaradagem

Mobile Vendas
Magalocal
Reconhecimentos e Premiações
E-awards Brasil 2016 E-commerce app
Prêmio são paulo Diverso
Prêmio e-bit
Melhores Lojas do E-commerce
Br Week
Sustentabilidade
Great Place to Work

Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Gptw no Varejo
Gptw Latam
Guia 2015 Você S/A
Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas

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	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

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	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

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.





Missão	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

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 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	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

LÍDER INSPIRADORA

A presidente Luiza Helena Trajano é um exemplo de inspiração para os colaboradores do Magazine Luiza. Por sua atuação destacada pelo desenvolvimento do Brasil e pelo estímulo ao empreendedorismo, Luiza Helena é frequentemente convidada para dar palestras e participar de seminários e debates. Em 2016, a presidente do conselho ministrou 108 palestras, para diversos públicos, como executivos, colaboradores de outras empresas, estudantes, grupos de mulheres, entre outros.

Sua atuação também se destaca como membro 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.

Luiza Helena também foi reconhecida em prêmios como “Top Voices”, os Influencers brasileiros que se destacaram no LinkedIn em 2016, “Líderes Mais Admirados do Brasil” em estudo realizado pela Officina Sophia, empresa de pesquisa de mercado especializada em estratégia de negócios.





Missão	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	



RITO DE COMUNHÃO

Um 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. ➡



Missão	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

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 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 SA 2012, que apontou Luiza Helena como uma das cinco presidentes mais próximas de sua equipe.





Missão	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

CONSELHO DE COLABORADORES

O Conselho de Colaboradores é uma instância de representatividade dos funcionários, 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	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

ELEIÇÕES DO CONSELHO DE COLABORADORES

Batizadas de Liga dos Conselheiros, as eleições de 2016 foram realizadas no mês de março e contaram com uma roupagem nova e divertida, que lembra as superligas de super heróis dos quadrinhos. O foco da equipe de Cultura, de Gestão de Pessoas, é manter os colaboradores engajados com a Cultura da empresa de forma leve, com bom humor e uma linguagem jovem.

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.



O período de candidatura ocorreu entre os dias 03 e 18 de março, já o movimento das eleições entre 21 e 31 de março. Para participar como candidato a conselheiro o colaborador deve ter mais de 6 meses de empresa, ter um local fixo de trabalho, não possuir cargo de liderança, não fazer parte da CIPA e deve ser eleito pela equipe.

AÇÕES DO CONSELHO DE COLABORADORES

Entre as principais ações, o programa “Na Medida com a Luiza” (**item CUIDAR**) destacou-se por incentivar o colaborador à perda de peso através de atividades físicas e alimentação saudável. Como parte do compromisso corporativo, a equipe do Conselho também participou ativamente de todas as negociações de reajuste de planos médico e odontológico que são oferecidos aos colaboradores.

A equipe de conselheiros também se desenvolveu através de cursos oferecidos especialmente ao grupo, como: “Código de Conduta” e “Oratória” com o objetivo de torná-los cada vez mais multiplicadores dos valores da companhia.

Ações sociais objetivadas a contribuir com o ambiente externo também fizeram parte das atividades como o programa social de auxílio às crianças estrangeiras refugiadas na Campanha Natal Solidário e Campanha do Agasalho. Foram promovidos, também, eventos corporativos como Festa Junina, Dia dos Pais, Aniversário do Escritório e Dia das Mulheres.

Para melhoria do ambiente de trabalho do escritório de negócios da São Paulo, a equipe do conselho de colaboradores organizou a reforma do refeitório, ampliando o local e deixando





Missão	Atendimento 10 Estrelas
Visão	Meritocracia
Valores e Princípios	Comunicação
Credo	Autodesenvolvimento
Líder Inspiradora	Disque-presidência
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora
Reunião Matinal	Camaradagem

Mobile Vendas
Magalocal
Reconhecimentos e Premiações
E-awards Brasil 2016 E-commerce app
Prêmio são paulo Diverso
Prêmio e-bit
Melhores Lojas do E-commerce
Br Week
Sustentabilidade
Great Place to Work

Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Gptw no Varejo
Gptw Latam
Guia 2015 Você S/A
Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas

o ambiente mais divertido e agradável, tornando-o um espaço para descompressão, reuniões rápidas, além do uso rotineiro para almoço dos colaboradores.



REUNIÃO MATINAL

Todos os dias, antes de cada uma das lojas da empresa abrirem as portas, são feitas reuniões de alinhamento para busca dos resultados, chamada de Reunião Matinal. Neste momento é feito um resumo do dia anterior e são combinadas as estratégias e metas para o dia que começa. Todos têm o direito de sugerir, fazer propostas e manifestar seus sentimentos. A reunião, com duração máxima de 20 minutos, é obrigatória na empresa.





Missão	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

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 própria 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 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.

MERITOCRACIA

A meritocracia é um pilar da cultura do Magazine Luiza vivida na prática. A empresa tem uma crença muito forte nas pessoas e 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, *Outdoors*, o Prêmio Luiza Helena que premiam 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 tem 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 auto-estima, do orgulho da empresa e a conseqüente melhoria contínua 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
Eleições do Conselho de Colaboradores
Ações do Conselho de Colaboradores
Reunião Matinal

Atendimento 10 Estrelas
Meritocracia
Comunicação
Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Lu Apresentadora de TV
Jeito de Ser com Fornecedores
Cultura Empreendedora
Camaradagem

Mobile Vendas
Magalocal
Reconhecimentos e Premiações
E-awards Brasil 2016 E-commerce app
Prêmio são paulo Diverso
Prêmio e-bit
Melhores Lojas do E-commerce
Br Week
Sustentabilidade
Great Place to Work

Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Gptw no Varejo
Gptw Latam
Guia 2015 Você S/A
Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas

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 instituídos (Reunião Matinal, Rito de Comunhão, entre outros).

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. **(ver 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	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

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, Patrícia Pulgas, 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	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

LU APRESENTADORA DE TV **NOVO**

Em 2016, a empresa realizou uma parceria com o programa Olhar Digital, exibido aos sábados pelo Canal Sony. Nele, a personagem virtual Lu, criada para ajudar os clientes do Magazine Luiza a fazerem a compra certa oferecendo informações de produtos e tirando dúvidas na internet e nas redes sociais, fez sua estréia como colunista de TV e no portal do programa.

A coluna da Lu é em formato de vídeo e tem como proposta falar sobre tecnologia, desmistificando novidades do setor. O conteúdo não foi focado apenas em produtos à venda no Magazine Luiza, como celulares, e sim explorou o campo da inovação e criação tecnológica, com produtos futurísticos. O conteúdo foi produzido pelo time do



Magazine Luiza e do portal de tecnologia.

Com a ação, o departamento de marketing visou o posicionamento da marca como democratizadora da tecnologia, que é uma das atuais missões da companhia.

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:





Missão	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

“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.



Missão	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

CULTURA EMPREENDEDORA

O empreendedorismo e 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, mesmo em funções e atividades diferentes.

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, conseqüentemente, 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
 Eleições do Conselho de Colaboradores
 Ações do Conselho de Colaboradores
 Reunião Matinal

Atendimento 10 Estrelas
 Meritocracia
 Comunicação
 Autodesenvolvimento
 Disque-presidência
 Posicionamento de Marca
 Lu Apresentadora de TV
 Jeito de Ser com Fornecedores
 Cultura Empreendedora
 Camaradagem

Mobile Vendas
 Magalocal
 Reconhecimentos e Premiações
 E-awards Brasil 2016 E-commerce app
 Prêmio são paulo Diverso
 Prêmio e-bit
 Melhores Lojas do E-commerce
 Br Week
 Sustentabilidade
 Great Place to Work

Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
 Gptw no Varejo
 Gptw Latam
 Guia 2015 Você S/A
 Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas

MOBILE VENDAS

Em 2015, o Magazine Luiza lançou um aplicativo interno de vendas para facilitar o atendimento ao cliente nas lojas físicas. Em 2016 todos os vendedores receberam um smartphone de última geração com o aplicativo, desenvolvido pelo Luizalabs, e um treinamento sobre como utilizar a ferramenta. Com a nova plataforma é possível demonstrar



funcionalidades de produtos, exibir vídeos e acelerar o processo de cobrança, reduzindo o tempo de espera nos caixas e melhorando a experiência de compra do cliente. O CEO, Frederico Trajano e o Vice Presidente, Fabrício Garcia, visitaram uma loja de cada regional para junto à equipe de Operações de Loja para realizar o evento “Virada Mobile” e entregar os smartphones aos vendedores.



Durante os eventos, as equipes participavam de um café da manhã, um rito especial e em seguida apresentavam vídeos de ações que fizeram nas lojas para impulsionar as vendas no Facebook, através do Magalocal.

MAGALOCAL

O Magazine Luiza também utiliza a ferramenta “Facebook Locations”. Cada loja da rede conta com uma página na rede social e seus gerentes são incentivados a criarem vídeos e postagens, através do Programa Magalocal, desenvolvido pela equipe de Marketing, que disponibiliza conteúdos para posts das lojas no Facebook. Esse material é publicado na página da filial e, com ajuda de uma ferramenta da rede social, aparece na *timeline* dos clientes que moram perto da loja.





Missão	Atendimento 10 Estrelas	Mobile Vendas	Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Visão	Meritocracia	Magalocal	Gptw no Varejo
Valores e Princípios	Comunicação	Reconhecimentos e Premiações	Gptw Latam
Credo	Autodesenvolvimento	E-awards Brasil 2016 E-commerce app	Guia 2015 Você S/A
Líder Inspiradora	Disque-presidência	Prêmio são paulo Diverso	Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca	Prêmio e-bit	
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV	Melhores Lojas do E-commerce	
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores	Br Week	
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora	Sustentabilidade	
Reunião Matinal	Camaradagem	Great Place to Work	

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.

Esta relação de prêmios (abaixo) 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. Algumas premiações foram:

E-AWARDS BRASIL 2016 E-COMMERCE APP **NOVO**

O melhor aplicativo em dispositivos móveis (smartphones e tablets). Em relação à concepção de design, estrutura visual constante, legibilidade e racionalização do conteúdo, facilidade de uso (velocidade de ação-interação), navegabilidade (direcionando os usuários), comunicação eficaz e informação direta.

PRÊMIO SÃO PAULO DIVERSO **NOVO**

O colaborador Alex Caldas, gerente adjunto da filial de Campinas-SP foi reconhecido com o Prêmio São Paulo Diverso na categoria Prêmio Oportunidade de Ouro, concedido pela Secretaria Municipal de Promoção da Igualdade Racial (SMPIR). O Prêmio São Paulo Diverso é uma celebração a esforços corporativos, individuais e coletivos no



campo das ações afirmativas e inclusão racial dentro do mercado de trabalho. São reconhecidas três categorias: Melhor Empresa de Ação Afirmativa; Melhor Estímulo a Ação Afirmativa; e Prêmio Oportunidade de Ouro. Os vencedores foram escolhidos por um comitê julgador exclusivo, formado por representantes do terceiro setor e do poder público, após indicações anônimas de instituições parceiras da SMPIR.



Missão	Atendimento 10 Estrelas
Visão	Meritocracia
Valores e Princípios	Comunicação
Credo	Autodesenvolvimento
Líder Inspiradora	Disque-presidência
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora
Reunião Matinal	Camaradagem

- Mobile Vendas
- Magalocal
- Reconhecimentos e Premiações
- E-awards Brasil 2016 E-commerce app
- Prêmio são paulo Diverso
- Prêmio e-bit
- Melhores Lojas do E-commerce
- Br Week
- Sustentabilidade
- Great Place to Work

- Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
- Gptw no Varejo
- Gptw Latam
- Guia 2015 Você S/A
- Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas

PRÊMIO E-BIT MELHORES LOJAS DO E-COMMERCE

O Magazine Luiza venceu, pela 13ª vez, o “Prêmio E-bit Melhores Lojas do E-commerce”. Considerado o “Oscar do Varejo Online”, o prêmio E-bit é o mais tradicional no segmento e chega à 14ª edição, reconhecendo as melhores empresas desde 2003. Neste ano, o Magazine Luiza alcançou pela 13ª vez o prêmio E-bit Top 5, na categoria Diamante das Melhores Lojas de E-commerce 2015.

BR WEEK

O Magazine Luiza foi uma das empresas vencedoras do Prêmio BR Week 2016, promovido pelo Grupo Padrão, que reconhece as empresas varejistas de melhor performance. O Magazine Luiza foi reconhecido nas categorias “Eletroeletrônicos e móveis” e “Gestão Multicanal”.





Missão	Atendimento 10 Estrelas
Visão	Meritocracia
Valores e Princípios	Comunicação
Credo	Autodesenvolvimento
Líder Inspiradora	Disque-presidência
Rito de Comunhão	Posicionamento de Marca
Conselho de Colaboradores	Lu Apresentadora de TV
Eleições do Conselho de Colaboradores	Jeito de Ser com Fornecedores
Ações do Conselho de Colaboradores	Cultura Empreendedora
Reunião Matinal	Camaradagem

Mobile Vendas
 Magalocal
 Reconhecimentos e Premiações
 E-awards Brasil 2016 E-commerce app
 Prêmio são paulo Diverso
 Prêmio e-bit
 Melhores Lojas do E-commerce
 Br Week
 Sustentabilidade
 Great Place to Work

Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática “falar”
 Gptw no Varejo
 Gptw Latam
 Guia 2015 Você S/A
 Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas

SUSTENTABILIDADE **NOVO**

Melhor Relatório Anual e de Sustentabilidade de 2015, segundo a IR Magazine 2016.

GREAT PLACE TO WORK

O Magazine Luiza é a 6ª Melhor Empresa para Trabalhar do Brasil, na categoria “Grandes” (com mais de mil colaboradores) e destaque na prática “Falar” com seus colaboradores. O Consórcio Luiza ficou na 2ª colocação no ranking da categoria “Pequenas e Médias Nacionais” (com 100 a 999 funcionários) segundo pesquisa elaborada pelo Instituto Great Place to Work (GPTW).



GPTW 2016 - MELHOR EMPRESA NA PRÁTICA “FALAR” **NOVO**

O Magazine Luiza é a melhor empresa na prática de falar com seus colaboradores, de acordo com o resultado da pesquisa elaborada pelo Instituto Great Place to Work (GPTW). Este resultado deve-se aos bons canais de comunicação que a rede mantém com seus funcionários, tais como TV Luiza, Rádio Luiza e a linha direta para se comunicar com toda a direção da empresa. O Magazine Luiza também foi eleito a 6ª melhor empresa para trabalhar no Brasil, na categoria “Grande Porte”. Este é o 19º ano em que a rede fica entre as melhores.



Já o Consórcio Luiza, empresa do Grupo Magazine Luiza, foi eleita a 2ª melhor empresa para trabalhar dentro de um ranking das 35 que compõem a categoria “Médio Porte Nacionais”. Esta é a sexta participação consecutiva do Consórcio.



Missão
Visão
Valores e Princípios
Credo
Líder Inspiradora
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Eleições do Conselho de Colaboradores
Ações do Conselho de Colaboradores
Reunião Matinal

Atendimento 10 Estrelas
Meritocracia
Comunicação
Autodesenvolvimento
Disque-presidência
Posicionamento de Marca
Lu Apresentadora de TV
Jeito de Ser com Fornecedores
Cultura Empreendedora
Camaradagem

Mobile Vendas
Magalocal
Reconhecimentos e Premiações
E-awards Brasil 2016 E-commerce app
Prêmio são paulo Diverso
Prêmio e-bit
Melhores Lojas do E-commerce
Br Week
Sustentabilidade
Great Place to Work

Gptw 2016 - Melhor Empresa na Prática "falar"
Gptw no Varejo
Gptw Latam
Guia 2015 Você S/A
Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas

GPTW NO VAREJO



O Magazine Luiza foi eleito, em 2016, a 2ª melhor empresa, na categoria varejo, para trabalhar no Brasil, de acordo com a pesquisa elaborada pelo Instituto Great Place to Work (GPTW). A lista completa de empresas premiadas nesta categoria contou com 40 nomes. No ranking das melhores do Brasil, divulgado

em agosto, o Magazine Luiza ocupa o sexto lugar, em um grupo de 80 organizações que compõem a categoria "Grande Porte" (com mais de mil colaboradores). Este é o 19º ano em que a rede fica entre as melhores.

GPTW LATAM

O Magazine Luiza é a 9ª melhor empresa para trabalhar da América Latina, pelo Instituto Great Place to Work (GPTW).

GUIA 2015 VOCÊ S/A

As melhores Empresas para Você trabalhar, Magazine Luiza está em as 150 melhores empresas para Trabalhar no Brasil.

EMPRESAS QUE MELHOR SE COMUNICAM COM JORNALISTAS



O Magazine Luiza foi reconhecido como uma das Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas, pelo 5º ano consecutivo, em 2015 foi eleita como a melhor da categoria varejo. O prêmio é promovido pela revista Negócios da Comunicação e visa reconhecer a qualidade do relacionamento que as companhias

mantêm com os jornalistas e o mercado e ressaltar o nível de tratamento que elas conferem aos profissionais da imprensa quanto ao acesso, disponibilização e facilidade de apuração de informações empresariais, setoriais e gerais.



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

FALAR

Alinhamento com Todos, o Tempo Todo

Tv Luiza

Oferta Tv Luiza

Luiza responde

Tv Luiza - Pesquisa de Satisfação

Portal Luiza

Rádio Luiza

Canal 900

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 2016 o próprio Instituto *Great Place to Work* premiou a empresa como “melhor prática do falar”.



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 2016, foram produzidos 50 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 notícias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

Alinhamento com Todos, o Tempo Todo

Tv Luiza

Oferta Tv Luiza

Luiza responde

Tv Luiza - Pesquisa de Satisfação

Portal Luiza

Rádio Luiza

Canal 900

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 ao sábado, são divulgadas através dos próprios vendedores e de 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 a TV Luiza, um colchão 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 2016, foram mais de 30 ofertas divulgadas com validade para todo o Brasil. Ações como esta demonstram a consolidação da comunicação interna no Magazine Luiza.

LUIZA RESPONDE

Em 2015, a equipe de Comunicação Interna lançou o quadro Luiza Responde na TV Luiza. Os colaboradores enviam vídeos com perguntas diretas à Luiza Helena, que responde nos programas da TV Luiza após a exibição do vídeo enviado pelo colaborador. O quadro foi um dos mais bem avaliados em pesquisas de satisfação com os colaboradores, em 2016, o quadro foi exibido em 16 programas.

TV LUIZA - PESQUISA DE SATISFAÇÃO

ITEM **ESCUTAR**





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

FALAR

Alinhamento com Todos, o Tempo Todo
Tv Luiza
Oferta Tv Luiza
Luiza responde

Tv Luiza - Pesquisa de Satisfação
Portal Luiza
Rádio Luiza
Canal 900

Seminário de Posicionamento Estratégico
Mobilizações para Pesquisa GPTW
Rito de Comunhão

PORTAL LUIZA

O Portal Luiza (*intranet*) foi lançado em 2005 e nestes oito 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 desfrutaram 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. **(ver INSPIRAR)**

Em 2016, o Portal Luiza teve mais de 24 milhões de acessos 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 notícias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

Alinhamento com Todos, o Tempo Todo

Tv Luiza

Oferta Tv Luiza

Luiza responde

Tv Luiza - Pesquisa de Satisfação

Portal Luiza

Rádio Luiza

Canal 900

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 2016, foram mais de 425 participações e pedidos de música.

Neste ano, 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 um novo veículo de comunicação, o 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, através 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 porquê de terem vencido o 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 notícias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?

FALAR

Alinhamento com Todos, o Tempo Todo

Tv Luiza

Oferta Tv Luiza

Luiza responde

Tv Luiza - Pesquisa de Satisfação

Portal Luiza

Rádio Luiza

Canal 900

Seminário de Posicionamento Estratégico

Mobilizações para Pesquisa GPTW

Rito de Comunhão

SEMINÁRIO DE POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

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

A edição de abril de 2016, com o tema “Foca na Venda”, levou aos colaboradores, de forma leve e divertida, a importância de focar as estratégias diárias de trabalho para contribuir com as vendas da empresa, independentemente da crise econômica que o país atravessa.

A campanha interna de endomarketing teve o mesmo tema. O logo da campanha é uma foca no centro de um alvo.



Foi criado um comitê interno de embaixadores da tecnologia, composto por colaboradores do Escritório de São Paulo, com o objetivo de instruir os colaboradores a otimizarem o uso da tecnologia para suas atividades pessoais e como desenvolvimento da produtividade no trabalho. A equipe promove palestras internas realizadas por colaboradores que querem compartilhar conhecimentos e por profissionais que atuam na área. Além disso, o grupo divulga dicas sobre como facilitar as atividades do dia a dia usando a tecnologia. ➡



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

FALAR

Alinhamento com Todos, o Tempo Todo

Tv Luiza

Oferta Tv Luiza

Luiza responde

Tv Luiza - Pesquisa de Satisfação

Portal Luiza

Rádio Luiza

Canal 900

Seminário de Posicionamento Estratégico

Mobilizações para Pesquisa GPTW

Rito de Comunhão

A segunda edição do ano, realizada em novembro, com o mesmo tema e com um planejamento participativo, foi realizado o comunicado oficial sobre a sucessão de Marcelo Silva para Frederico Trajano, que recebeu o desafio de dar continuidade à história de sucesso da companhia, agora como CEO. O momento foi marcado por muita emoção, com a presença de familiares e dos fundadores do Magazine Luiza, Dona Luiza e Seu Peregrino.

Marcelo Silva iniciou um novo ciclo como vice-presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza.

Os demais colaboradores, receberam a notícia através de um programa da TV Luiza, conduzido pela presidente Luiza Helena em formato de *talkshow*, com a participação de Frederico Trajano e Marcelo Silva. Além disso, Frederico redigiu, de forma muito humilde e cuidadosa, uma carta sobre a importância dessa nova missão, que foi publicada no Portal Luiza para acesso de todos os colaboradores.

MOBILIZAÇÕES PARA PESQUISA GPTW



O processo de mobilização da equipe para participação nas pesquisas “Melhores Empresas para Trabalhar” foi marcado por muita transparência - um dos importantes valores da cultura do Magazine Luiza - na divulgação das informações na TV Luiza, na Rádio Luiza e no Portal Luiza, onde foram disponibilizadas as listas com os nomes dos colaboradores sorteados para participar das pesquisas. Todos foram orientados a serem sinceros com a tranquilidade de que a pesquisa é sigilosa.

Os resultados são anunciados assim que divulgados pelos institutos e, tradicionalmente, a classificação da empresa nos guias é celebrada entre todos.

RITO DE COMUNHÃO

ITEM INSPIRAR





Avaliação 360°
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Mensal com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-operacional

Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
Tv Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Portas Abertas

Telefone, E-mail, Carta
Verdade e Transparência
Disque-presidência
Conselho de Colaboradores

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 360°. Nela, o líder é avaliado pelo superior hierárquico, pares e 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 construir 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 360°
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Mensal com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-operacional

Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
Tv Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Portas Abertas

Telefone, E-mail, Carta
Verdade e Transparência
Disque-presidência
Conselho de Colaboradores

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 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





Avaliação 360°
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Mensal com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-operacional

Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
Tv Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Portas Abertas

Telefone, E-mail, Carta
Verdade e Transparência
Disque-presidência
Conselho de Colaboradores

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.

Quais foram as sugestões de funcionários atendidas ou implementadas pela sua empresa? Quais foram os impactos que essas sugestões causaram no cotidiano, ou na condução dos processos?

A empresa tem como prerrogativa a proximidade entre diretoria 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 MENSAL COM GERENTES

Uma das ações que fortalece o alinhamento permanente é a Reunião Mensal 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 360°
 Pesquisa de Clima
 Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
 Conselho de Colaboradores
 Reunião Mensal com Gerentes
 Reunião Semanal Comercial-operacional

Soma de QIs
 Participação no Portal Luiza
 Tv Luiza - Avaliação Qualitativa
 Rito de Comunhão
 Conselho de Colaboradores
 Portas Abertas

Telefone, E-mail, Carta
 Verdade e Transparência
 Disque-presidência
 Conselho de Colaboradores

SOMA DE QIs

A presidente do conselho 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 nesses depoimentos, as ações são direcionadas de forma mais precisa. Os diretores e gerentes também reconhecem a importância da participação de quem está diretamente ligado às atividades do grupo e, sempre que uma decisão possa afetar diretamente, os colaboradores são chamados para dar sua opinião. Como foi o caso da Campanha Ofertetes, neste ano, que foi elaborada a partir da sugestão de uma vendedora.

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 nas notícias, ajudam o colaborador a se expressar de forma livre e dinâmica.

Abaixo segue 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.

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 e etc.

Enquetes: são estruturas mais simples, com apenas uma pergunta e respostas fechadas. A enquete fica disponível na *home* do Portal Luiza por um período mais longo para obter um número de respostas satisfatório. Para participar, basta o colaborador selecionar uma opção de resposta e votar. Os resultados das enquetes ficam disponíveis para consulta de todos no Portal Luiza.

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 360°
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Mensal com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-operacional

Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
Tv Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Portas Abertas

Telefone, E-mail, Carta
Verdade e Transparência
Disque-presidência
Conselho de Colaboradores

TV LUIZA - AVALIAÇÃO QUALITATIVA

Receber *feedbacks* 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 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 360°
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Mensal com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-operacional

Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
Tv Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Portas Abertas

Telefone, E-mail, Carta
Verdade e Transparência
Disque-presidência
Conselho de Colaboradores

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.

No terceiro caso, 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 360°
Pesquisa de Clima
Coordenadores Regionais de Gestão de Pessoas
Conselho de Colaboradores
Reunião Mensal com Gerentes
Reunião Semanal Comercial-operacional

Soma de QIs
Participação no Portal Luiza
Tv Luiza - Avaliação Qualitativa
Rito de Comunhão
Conselho de Colaboradores
Portas Abertas

Telefone, E-mail, Carta
Verdade e Transparência
Disque-presidência
Conselho de Colaboradores

DISQUE-PRESIDÊNCIA

ITEM INSPIRAR 

CONSELHO DE COLABORADORES

ITEM INSPIRAR 



Funcionário Destaque
Tempo de Casa
Operação Foca na Venda
Focas Famintas

Sorte Garantida
Pula Pra 10
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada

Lucro Gestão - "Checão"
Coberturas de Metas
Pula Meio
Metas Administrativas

Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Valorização De Familiares
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.

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 2016, 31 colaboradores completaram 25 anos na empresa e 21 colaboradores completaram os 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.



Funcionário Destaque
Tempo de Casa
Operação Foca na Venda
Focas Famintas

Sorte Garantida
Pula Pra 10
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada

Lucro Gestão - “Checão”
Coberturas de Metas
Pula Meio
Metas Administrativas

Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Valorização De Familiares
Sou Eficiente

OPERAÇÃO FOCA NA VENDA **NOVO**



Em 2016, a campanha interna de incentivo Operação Foca na Venda, premiou os colaboradores das lojas que atingiram suas metas ao longo do ano.

A cada meta concluída os vendedores, gestores e gerentes acumulavam pontos que eram trocados por produtos, para metas operacionais e de vendas foram distribuídos 25,5 milhões de pontos. Através do telemarketing, os colaboradores acumularam 10 milhões de pontos. No final da campanha mais de 50 mil itens foram resgatados através da troca de pontos da campanha.

FOCAS FAMINTAS **NOVO**

A campanha “Focas Famintas” foi aplicada para a equipe Comercial. Os colaboradores que concluíram suas metas de vendas e operacionais a cada trimestre foram premiados com 25% do valor do salário como variável.



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 a 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 2016, mais de 300 pessoas entre colaboradores (vendedores e gerentes) e clientes ganharam R\$ 5 mil cada. No total, foram mais de R\$ 1,5 milhões em retribuição ao empenho dos colaboradores.



Funcionário Destaque
Tempo de Casa
Operação Foca na Venda
Focas Famintas

Sorte Garantida
Pula Pra 10
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada

Lucro Gestão - “Checão”
Coberturas de Metas
Pula Meio
Metas Administrativas

Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Valorização De Familiares
Sou Eficiente

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 desta 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.

PARCELOU, FATUROU

A campanha de incentivo do Parcelamento de Fatura do Cartão Luiza nos Caixas Magazine Luiza tem como objetivo impulsionar as vendas do produto Parcelamento de Fatura do Cartão Luiza da LuizaCred S.A Sociedade de Crédito Financiamento e Investimentos (“LuizaCred”), através da oferta aos clientes nos caixas do Magazine Luiza.

Cada venda do produto Parcelamento de Fatura do Cartão Luiza da LuizaCred realizada nas lojas Magazine Luiza pelo operador de caixa será contabilizada para a premiação. Cada operador de caixa recebe um prêmio no importe de R\$ 3,00 (três reais) por cada venda efetuada.

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. Clientes e colaboradores podem conferir entre clientes e colaboradores, distribuindo toda a dinâmica da campanha num *hotsite* exclusivo (www.magazineluiza.com/recargapremiada).





Funcionário Destaque
Tempo de Casa
Operação Foca na Venda
Focas Famintas

Sorte Garantida
Pula Pra 10
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada

Lucro Gestão - “Checão”
Coberturas de Metas
Pula Meio
Metas Administrativas

Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Valorização De Familiares
Sou Eficiente

LUCRO GESTÃO - “CHECÃO”

Todo ano, os gerentes que apresentam melhor desempenho em Lucro Gestão (avaliação composta pela margem, volume de vendas, controle de despesas e de horas extras) são reconhecidos com um prêmio em dinheiro, que é representado por um “checão”, entregue durante o Seminário de Posicionamento Estratégico, e pago em forma de PLR (Participação nos Lucros e Resultados).

No prêmio por “índice de participação de produtos”, uma média mensal de 300 lideranças receberam o prêmio em 2016.

COBERTURAS DE METAS

Os gerentes, gestores, colaboradores do apoio e vendedores que atingem as metas de vendas e de cobrança também recebem um prêmio em dinheiro.

Em 2016, a empresa pagou um total superior a R\$ 8 milhões nesta categoria, divididos entre vendedores, gerentes e gestores e funcionários de apoio por mês.

PULA MEIO

Criado com a finalidade de reconhecer os vendedores que conseguiram superar suas metas de vendas em mais de 105%, este prêmio vai de 0,5% até 5% do lucro bruto do vendedor.

Em 2016, o Magazine Luiza pagou mais de R\$ 5 milhões no ano só em premiação/encargos do Pula Meio a cerca de um mil vendedores por mês.

METAS ADMINISTRATIVAS

A empresa também oferece um bônus mensal quando os colaboradores cumprem as metas administrativas da loja. São os prêmios por “controle de estoque”, referente a manutenção do estoque da loja; “pendência zero”, referente à entrega de documentações no prazo; e “banco de horas”, referente ao controle de horas-extras.



Funcionário Destaque
Tempo de Casa
Operação Foca na Venda
Focas Famintas

Sorte Garantida
Pula Pra 10
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada

Lucro Gestão - “Checão”
Coberturas de Metas
Pula Meio
Metas Administrativas

Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Valorização De Familiares
Sou Eficiente

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 2016, o grande vencedor será divulgado no seminário de posicionamento estratégico. Ele receberá um troféu e será 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.

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 e de sua família. Pelo desempenho que obtiveram em 2016, 17 profissionais serão premiados no Seminário de Posicionamento Estratégico 2017.



Funcionário Destaque
Tempo de Casa
Operação Foca na Venda
Focas Famintas

Sorte Garantida
Pula Pra 10
Parcelou, Faturou
Recarga Premiada

Lucro Gestão - “Checão”
Coberturas de Metas
Pula Meio
Metas Administrativas

Prêmio Luiza Helena
Profissional do Ano
Valorização De Familiares
Sou Eficiente

VALORIZAÇÃO DE FAMILIARES

Na primeira etapa do Magazine Você (**item INFORMAÇÕES GERAIS**), somente familiares dos colaboradores da empresa puderam participar. E foram mais de mil lojas criadas nesse formato, com vendas 50% acima da expectativa inicial.

Para reforçar o cuidado em colocar seus colaboradores em primeiro lugar, o Magazine Luiza ofereceu aos “donos das lojinhas” uma formação específica para que aprendessem a conduzir o negócio e, em diversos momentos, proporcionou experiências memoráveis para esses representantes.

A mãe de uma colaboradora, por exemplo, participou de uma TV Luiza ao vivo para contar sua experiência em gerenciar a loja. Ela também foi convidada para participar da entrevista coletiva de lançamento oficial do Magazine Você, quando o projeto foi aberto a todos.

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.

SOU EFICIENTE

O quadro Sou Eficiente é veiculado na TV Luiza mensalmente 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.



Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
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

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 2015, 1450 colaboradores receberam o incentivo, com investimento total de mais de um milhão de reais, 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.



Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
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 construir 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 passou a ser aplicada e os colaboradores tornaram-se mais conscientes para atingir o objetivo DSOP, que é Diagnosticar, Sonhar, Orçar e Poupar.



Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
Portal do Saber

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

B. Treinamentos

O Programa de Gerentes em Treinamento 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.

Em 2016, o Magazine Luiza realizou no total 8.712 horas de treinamentos presenciais com 126 colaboradores divididos em sete grupos, com o objetivo de preparar as lideranças para serem multiplicadores.





Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
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 possibilita 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 *bottons* de prata e de ouro.



Saber Luiza
Carreira para Mulheres
Vida Financeira Saudável
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 deste Núcleo explicam o motivo e dão *feedback* com os pontos a desenvolver.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
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 2016, a academia promoveu a criação de um grupo de corrida de rua formados por colaboradores praticantes do esporte, com participações em corridas corporativas em São Paulo. 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.





Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
Mamãe Bebê

MEDIDA COM A LUIZA



O Conselho de Colaboradores do escritório de São Paulo realizou a campanha “Medida com a Luiza” com o objetivo de incentivar os colaboradores a praticarem atividades físicas e a tornarem seus hábitos alimentares mais saudáveis.

Em 2016, os 87 colaboradores inscritos foram divididos em equipes que pontuavam de acordo com a perda de peso dos integrantes ao longo do programa. Cada participante teve o investimento de R\$ 25 para administração dos prêmios no final. Durante três meses as equipes tiveram acesso à consulta com nutricionista, atividades físicas, como aulas de zumba e axé na academia do escritório, dicas sobre hábitos saudáveis para o dia-a-dia e distribuição de frutas.

Ao final, os participantes eliminaram ao todo 199 Kg, os três colaboradores que se destacaram também receberam prêmios adicionais: o primeiro Lugar ganhou o valor adicional de R\$150, o segundo lugar recebeu R\$100 e o terceiro foi premiado com R\$50 pelo desempenho, o restante do valor arrecadado foi entregue para a equipe ganhadora.

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, que funciona no próprio escritório, oferece sessões de reflexologia, podologia e massoterapia. 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.



- Equilibrar
- Aulas na Academia
- Medida com a Luiza
- 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
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde

- Cheque Educação Especial
- 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:
- Colaboradores, Dependentes

- e Agregados
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde Para Demitidos
- Antecipação do Ticket
- Apoio à Saúde da Mulher
- Mamãe Bebê

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).

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.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
Mamãe Bebê

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.

LIVRO DO BEBÊ

Os filhos dos colaboradores são motivos 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 2016, 319 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. Em 2016, foram registrados mais de 15 mil atendimentos sociais e mais de 50 mil atendimentos relacionados a benefícios para os colaboradores da empresa (cheque mãe, cheque educação especial, previdência privada, vale-alimentação e refeição, convênios médicos e odontológicos, bolsas de estudo, entre outros).

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 mantém programas e políticas sociais que visam a preservação, defesa e ampliação dos direitos humanos e a justiça social.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
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.

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 através dos canais de comunicação internos e de semanas de conscientização, realizadas com o apoio dos conselhos de colaboradores e das CIPAs.



- Equilibrar
- Aulas na Academia
- Medida com a Luiza
- 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
- Garantia Funeral
- Plano de Saúde

- Cheque Educação Especial
- 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:
- Colaboradores, Dependentes

- e Agregados
- Doações
- Previdência Privada
- Empréstimos Consignados
- Antecipação de 13º Salário
- Plano de Saúde Para Demitidos
- Antecipação do Ticket
- Apoio à Saúde da Mulher
- 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.

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.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
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 des controle 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 “Vida e 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 (através de 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 entrevista-los com o intuito de criar um atendimento personalizado.

Uma vez realizada esta personalização, os contatos telefônicos passarão a ser periódicos. O Vida e Saúde não possui nenhum custo extra àqueles que já possuem convênio médico.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
Mamãe Bebê

CHEQUE MÃE E CHEQUE EDUCAÇÃO ESPECIAL

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.

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 2016, o Magazine Luiza investiu mais de R\$ 11 milhões nestes programas e 5.363 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. 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.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
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.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
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.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
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.

PLANO DE SAÚDE PARA DEMITIDOS

Todos os colaboradores do Magazine Luiza têm o plano de saúde estendido de 6 a 24 meses depois de demitidos. A empresa faz questão de manter o plano para que eles tenham tranquilidade para encarar os novos desafios. A exceção é para demissões por justa causa.



Equilibrar
Aulas na Academia
Medida com a Luiza
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
Garantia Funeral
Plano de Saúde

Cheque Educação Especial
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:
Colaboradores, Dependentes

e Agregados
Doações
Previdência Privada
Empréstimos Consignados
Antecipação de 13º Salário
Plano de Saúde Para Demitidos
Antecipação do Ticket
Apoio à Saúde da Mulher
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 co-participação 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.



Inauguração de Lojas
Aniversariantes e Datas Especiais
Confraternização das Equipes

Dia Do Idoso
Open House Dia das Crianças
Valorização das Ações

Dia das Mães
Halloween
Lu no Espaço

Top Quality
Pipoca da Luiza
Comemoração Cota

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 encontros.

Com muito orgulho e empolgação, a equipe nas lojas também comemora, seja na Reunião Matinal (**item INSPIRAR**) 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.





Inauguração de Lojas
Aniversariantes e Datas Especiais
Confraternização das Equipes

Dia Do Idoso
Open House Dia das Crianças
Valorização das Ações

Dia das Mães
Halloween
Lu no Espaço

Top Quality
Pipoca da Luiza
Comemoração Cota

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.

DIA DO IDOSO

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

OPEN HOUSE DIA DAS CRIANÇAS

Pelo quarto 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.

VALORIZAÇÃO DAS AÇÕES **NOVO**

Em 2016 o Magazine Luiza liderou o ranking de valorização da Bovespa. O ranking é elaborado pela consultoria Economatica com ações de grandes empresas listadas na Bovespa. Entre o começo do ano e o dia 11 de outubro de 2016, mostra o Magazine Luiza na primeira posição com 412% de valorização de sua ação.





Inauguração de Lojas
Aniversariantes e Datas Especiais
Confraternização das Equipes

Dia Do Idoso
Open House Dia das Crianças
Valorização das Ações

Dia das Mães
Halloween
Lu no Espaço

Top Quality
Pipoca da Luiza
Comemoração Cota

DIA DAS MÃES **NOVO**

Para comemorar uma das datas mais importantes do ano, o Dia das Mães, a equipe do Conselho de Colaboradores do Magazine Luiza realizou um dia de comemorações para as mães da equipe. Além de um café da manhã especial, elas receberam brindes e homenagens durante a sexta-feira que antecedeu o Dia das Mães.

Os clientes também receberam dicas através das redes sociais da empresa, sobre como surpreender suas mães neste dia tão especial. Uma equipe de mães de vários perfis, reunidas em uma agência em São Paulo, responderam às solicitações dos clientes no Facebook da marca, com dicas práticas que vão desde receitas, passeios, decoração, e até atitudes inovadoras para tornar esse dia diferente aos anos anteriores. A ação rendeu mais de 160 mil interações com internautas de todo o Brasil.



HALLOWEEN

A equipe do Conselho de Colaboradores realizou, em 2016, o “Dia do Halloween”. Todos os colaboradores dos escritórios foram convidados a trabalhar fantasiados e no final do dia a equipe promoveu uma comemoração especial com petiscos e chop para toda equipe.





Inauguração de Lojas
Aniversariantes e Datas Especiais
Confraternização das Equipes

Dia Do Idoso
Open House Dia das Crianças
Valorização das Ações

Dia das Mães
Halloween
Lu no Espaço

Top Quality
Pipoca da Luiza
Comemoração Cota

LU NO ESPAÇO **NOVO**

Em março de 2016, o Magazine Luiza alcançou a marca de três milhões de curtidas em sua página no Facebook. Para comemorar a conquista, a agência de publicidade David, em parceria com a produtora Omini, produziram uma ação de branding inovadora, enviando uma boneca da Lu, personagem da marca para uma viagem ao espaço.

O vídeo comemorativo mostra o processo realizado em parceria com a equipe da “Sent into Space”, empresa localizada no Reino Unido que desde 2010 tem como especialidade enviar objetos ao espaço. Uma boneca da Lu, em punho uma bandeira com a hashtag “#magalu 3milhões de fãs”, foi anexada a um balão meteorológico especial, que tem capacidade de chegar à estratosfera. Junto dela, um GPS que indicou os movimentos do balão e da boneca, e outro aparelho que mediu à altitude, posição do vento e outros indicadores importantes. A viagem da Lu subiu exatos 3 milhões de centímetros, ou 30 quilômetros, para agradecer a todos aqueles que curtiram sua página.



TOP QUALITY **NOVO**

Os parceiros de operações de Logística foram homenageados pelo Magazine Luiza no evento “TOP Quality” organizado pela equipe da Logística, com o objetivo de destacar os melhores em performance de entrega e com menor índice de reclamação, no ano anterior.

O evento foi realizado em março de 2016, em Jundiaí-SP, com a presença de lideranças da Logística que homenagearam os destaques da operação e falaram sobre as expectativas para o ano seguinte, para elevar cada vez mais a qualidade e eficiência do trabalho oferecido aos clientes e estreitar o relacionamento entre as equipes dos parceiros.

Ao todo 18 empresas parceiras do Magazine Luiza de diversas regiões, em que a empresa atua, foram homenageadas.





Inauguração de Lojas
Aniversariantes e Datas Especiais
Confraternização das Equipes

Dia Do Idoso
Open House Dia das Crianças
Valorização das Ações

Dia das Mães
Halloween
Lu no Espaço

Top Quality
Pipoca da Luiza
Comemoração Cota

PIPOCA DA LUIZA **NOVO**

Em um momento de descontração durante as tardes de trabalho no escritório de negócios do Magazine Luiza, os colaboradores e visitantes têm à disposição a “Pipoca da Luiza” que é distribuída em um charmoso carrinho. A simples iniciativa, implantada em 2016, promove a interação entre os colaboradores e consequentemente a melhoria do clima interno da unidade de trabalho.



COMEMORAÇÃO COTA **NOVO**

A diretoria executiva de operações promoveu uma grande comemoração pelo atingimento da meta de vendas. Todos os colaboradores participaram do *happy hour* promovido no escritório com cerveja, refrigerantes e petiscos. A ação garantiu a confraternização entre as áreas que comemoraram sua participação para o atingimento do objetivo final a cada mês.





Salário Variável e Participação
Nos Resultados
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

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. A empresa acredita que 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 6 vezes o valor base. Isso faz com que os colaboradores se empenhem mais para melhorar seus resultados e, conseqüentemente, sua remuneração, tornando-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.



Salário Variável e Participação
Nos Resultados
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

SORTE GARANTIDA (item AGRADECER)

PARCELOU, FATUROU (item AGRADECER)

PULA PRA 10 (item AGRADECER)

RECARGA PREMIADA (item AGRADECER)

LUCRO GESTÃO - “CHECÃO” (item AGRADECER)

PULA MEIO (item AGRADECER)

COBERTURA CARTÃO LUIZA (item AGRADECER)

COBERTURA DE METAS (item AGRADECER)

METAS ADMINISTRATIVAS (item AGRADECER)

CONTRIBUIR

Descreva as ações de responsabilidade social, ambiental ou outras iniciativas de sua empresa. Explique como os funcionários participam e/ou tomam conhecimento e enxergam valor nessas ações.

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
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

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.

Com mais de 200 ações já cadastradas, e mais de 600 colaboradores envolvidos, 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
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

PROJETOS SOCIAIS

Desde 2013, o Magazine Luiza passou a investir em projetos sociais por meio do Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica, (Pronon) para destinar recursos a instituições voltadas à prevenção e ao combate ao câncer e o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (PRONAS/PCD).

Todos os projetos são analisados e avaliados com base na aderência aos focos de investimento do Magazine Luiza e na relação de custo e impacto sociocultural com os interesses do Magazine Luiza. Em 2016, por meio das leis de incentivo, o Magazine Luiza apoiou 34 projetos socioculturais.

PROMOVENDO CULTURA NOS HOSPITAIS **NOVO**

Este projeto, visa qualificar a experiência dos pacientes nas instituições de saúde por meio de intervenções, utilizando os elementos da cultura e da arte, como contação de histórias e música, para ressignificar o momento vivido nos hospitais e, assim, contribuir para melhora das relações e do próprio ambiente hospitalar. Em 2016 foram 7 hospitais atendidos pelo projeto e mais de 11 mil participantes sendo estes pacientes, acompanhantes e profissionais da saúde.

Para o Magazine Luiza, patrocinar um projeto com características importantes para formação do cidadão é colaborar para a formação do caráter, com princípios éticos e morais, além de acesso à cultura projetando um futuro diferente para todos os pacientes.





Salário Variável e Participação
Nos Resultados
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

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.



MEIO AMBIENTE

Embora não exerça atividade de agressão 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, tem 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.



Salário Variável e Participação
Nos Resultados
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

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), uma 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 3 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.

A empresa instalou 139 coletoras de pequenos eletrônicos, em lojas da capital e do interior do estado de São Paulo, para que recebam a destinação correta. Em 2016, mais de 380 kg deste material foram reciclados.

O Consórcio Luiza realizou várias campanhas para reduzir o impacto de

resíduos no meio ambiente, como a digitalização e eliminação de contratos impressos, além de pontos de coleta de óleo de cozinha, garrafas pet e latas de refrigerantes. A empresa também lançou o programa Vou de Carona, incentivando os colaboradores a deixar o carro em casa.

No Nordeste, a empresa destinou 237 pneus para reciclagem, contribuindo para o descarte adequado destes resíduos. Para reduzir o consumo de energia elétrica, o novo centro de distribuição de Ribeirão Preto foi reformado considerando a maior exploração da iluminação natural.



Salário Variável e Participação
Nos Resultados
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

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

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 4.0.

2015 a frota era de 162 veículos e reduziu a emissão de GEE para 3.169,970 toneladas. Em 2016 atingimos a nossa meta, a frota passou para 183 veículos e reduziram a emissão para 2.454.395 toneladas.

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 2016 foram 3.236 manutenções, sendo 1.117 preventivas e 2.119 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.

Dessa maneira, reforçamos nosso modelo de negócios, baseado na criação de valor nas dimensões econômica, social e ambiental, em direção a uma economia menos ameaçadora para o futuro do clima, do planeta, da sociedade e das pessoas.

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
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

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.

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. São priorizadas sempre aquelas solicitações que beneficiam entidades e instituições sociais, como escolas, creches, delegacias da mulher, hospitais, asilos, APAEs, entre outros.



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. São priorizadas sempre aquelas solicitações que beneficiam entidades e instituições sociais, como escolas, creches, delegacias da mulher, hospitais, asilos, APAEs, entre outros.

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.



Salário Variável e Participação
Nos Resultados
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

COMUNIDADE DE PARAIÓSÓPOLIS

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.



APOIO A PESQUISAS

O Magazine Luiza é objeto de interesse de pesquisa acadêmica em universidades de todo o País. Por isso, mantém o site “Pesquisas Acadêmicas”, que tem uma procura média de 100 pesquisadores por mês, entre alunos de graduação, pós-graduação, mestrado, doutorado e MBA.

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

Em 2015, 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 magazineluiza.com.br/ri.



Salário Variável e Participação
Nos Resultados
Sorte Garantida
Parcelou, Faturou
Pula Pra 10
Recarga Premiada
Lucro Gestão - “Checão”
Pula Meio

Cobertura Cartão Luiza
Cobertura De Metas
Metas Administrativas
Contribuir
Outubro Rosa
Rede Do Bem
Projetos Sociais
Promovendo Cultura Nos Hospitais

Centros De Promoções
Meio Ambiente
Conscientização Ambiental
Monitoramento De Emissão
De Gases Do Efeito Estufa (Gee)
E Manutenção Preventiva Da Frota
Luiza Tour
Gamalu

Doações E Patrocínios
Doações E Patrocínios
Instituto Pró-Criança
Comunidade De Paraisópolis
Apoio A Pesquisas
Relatório De Sustentabilidade
Casa Hope

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”.



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.

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 a água e energia, e consequentemente levarão estes novos hábitos para suas residências e comunidades