



Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
FATEC “Antônio Russo”

TRABALHO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL
ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

Bruna Silvestre do Nascimento
Camilla Naomy Tsuda
Janaina Martins Pereira
Leonardo Reis de Brito
Mariana Borges Ramos
Nivea Martins da Silva
Sabrina Leonel da Silva
Whitney Norraine dos Prazeres

**Direcionamentos das empresas Havan e Magazine Luiza em
uma visão pandêmica**

São Caetano do Sul
2021

**Bruna Silvestre do Nascimento
Camilla Naomy Tsuda
Janaina Martins Pereira
Leonardo Reis de Brito
Mariana Borges Ramos
Nivea Martins da Silva
Sabrina Leonel da Silva
Whitney Norraine dos Prazeres**

**Direcionamentos das empresas Havan e Magazine Luiza em
uma visão pandêmica**

**Trabalho de Administração Geral
apresentado ao Curso Tecnólogo em
Análise e Desenvolvimento de
Sistemas da Fatec Antônio Russo
orientado pelo Prof. Roberto Gondo
Macedo.**

São Caetano do Sul

2021

RESUMO

Essa pesquisa tem como principal objetivo olhar dois lados de empresas com renome no mercado brasileiro, a fim de gerar pontos positivos e negativos de seus feitos com base em uma visão pandêmica, assim podendo extrair as ideias das respectivas empresas que serão citadas.

Palavras-chave: Empresas na pandemia. Magazine Luiza. Havan. Administração em meio a pandemia. Exemplos de empresas na pandemia.

Sumário

1 – INTRODUÇÃO	5
2 – DESENVOLVIMENTO	6
2.1 – HAVAN S.A.....	6
2.1.1 – APRESENTAÇÃO	6
2.1.2 – AÇÕES REALIZADAS DURANTE PANDEMIA	6
2.1.3 – PERSPECTIVAS PARA OS PRÓXIMOS SEMESTRES	8
2.1.4 – OPNIÃO PESSOAL DOS ENVOLVIDOS	9
2.2 – MAGAZINE LUIZA (MAGALU)	10
2.2.1 – APRESENTAÇÃO	10
2.2.2 – AÇÕES REALIZADAS DURANTE PANDEMIA	11
2.2.3 – PERSPECTIVAS PARA OS PRÓXIMOS SEMESTRES	12
2.2.4 – OPNIÃO PESSOAL DOS ENVOLVIDOS	13
3 – CONCLUSÃO	14
4 – REFERÊNCIAS.....	15
5 – ANEXOS	18
5.1 – ENTREVISTADA THAINÁ, MAGAZINE LUIZA.....	18
5.1.1 – DIGA SEU NOME, EMPRESA E SETOR	18
5.1.2 – RELATE QUAIS FORAM AS ORIENTAÇÕES QUE A EMPRESA DEU EM RELAÇÃO AO TRABALHO E A PANDEMIA.....	18
5.1.3 – QUAIS FORAM AS AÇÕES INTERNAS REALIZADAS DURANTE A CONDUÇÃO DA PANDEMIA PARA OS FUNCIONÁRIOS?	18
5.1.4 – COMO OS FUNCIONÁRIOS LIDARAM COM AS NOVAS ORIENTAÇÕES?	18
5.1.5 – EM ALGUM MOMENTO VOCÊ TEVE DÚVIDAS SOBRE CORTES DE PESSOAL, MEDO DE SER MANDADA EMBORA, REDUÇÃO DE SALÁRIO?	18
5.1.6 – NA SUA OPINIÃO, QUAIS FORAM OS PONTOS POSITIVOS E/OU PONTOS NEGATIVOS EM RELAÇÃO À CONDUTA DA EMPRESA?	18
5.1.7 – VOCÊ SABE SE TEVE ALGUM FUNCIONÁRIO DA MAGALU QUE MORREU DE COVID-19? E SE A FAMÍLIA DESSA PESSOA FOI ASSISTIDA?	19
5.1.8 – O QUE SÃO OS RITOS, MESMO?	19
5.1.9 – NA SUA OPINIÃO, COMO A EMPRESA VAI SEGUIR NOS PRÓXIMOS 6 MESES EM RELAÇÃO A PANDEMIA?.....	19
5.1.10 – VOCÊ ACHA QUE ESSAS AÇÕES INTERNAS REFLETEM DE MANEIRA POSITIVA OU NEGATIVA NO SERVIÇO?.....	19

1 – INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como base partir do ponto de apresentar os principais feitos das empresas Magazine Luiza e Havan, assim mostrando o desencadeamento de seus feitos em uma visão pandêmica.

Tendo este consentimento, foi decidido abordar estas duas empresas, para demonstrar bons e maus direcionamentos de como agir na situação que mais marcou o mundo todo neste século, a pandemia de COVID-19.

2 – DESENVOLVIMENTO

2.1 – HAVAN S.A.

2.1.1 – APRESENTAÇÃO

A Havan é uma empresa brasileira do setor varejista, cuja matriz está instalada em Brusque, no estado de Santa Catarina. Fundada em 1986 por Luciano Hang e Vanderlei de Limas, a empresa é conhecida pelas suas lojas com fachadas similares à Casa Branca de Washington e pelas réplicas da Estátua da Liberdade instaladas na frente da maioria das suas filiais. A Havan comercializa artigos nacionais e importados no atacado e no varejo. Atualmente possui megalojas em dezoito estados e no Distrito Federal.

A Havan originalmente era uma empresa têxtil, ramo em que atua até hoje. Atualmente, tem mais de 21 mil funcionários e está presente em 19 estados do país.

A empresa é dividida em quatro unidades de negócios: moda, que é herança da origem têxtil; cama, mesa e banho, onde entram também itens de decoração e linha de bebês (a Havan é um dos maiores vendedores de tapetes do país); bazar, onde se encontram utilidades domésticas e brinquedos (essa também é a área responsável por itens sazonais em datas comemorativas, como Natal e Páscoa); e eletro, que inclui, além dos itens eletrônicos, ferramentas, objetos para camping, pesca, praia e outros itens de lazer.

Os produtos nacionais correspondem a 90% das vendas, e a empresa tem uma boa parcela de produtos de marca própria. Na pequena porção de produtos importados, o maior fornecedor é a China, mas há itens vindos de países como Turquia, Índia, República Checa e Indonésia.

A operação da Havan inclui ainda a parte de crédito — um crediário concedido aos clientes por meio do cartão Havan que corresponde a 50% do faturamento da empresa. O objetivo, segundo a Havan, não é maximizar os lucros com o cartão, mas sim dar aos clientes a oportunidade de fazer suas compras a qualquer momento, mesmo se não tiver dinheiro no momento. Durante a pandemia, a empresa diz que a inadimplência continuou sob controle justamente pela existência do crediário.

2.1.2 – AÇÕES REALIZADAS DURANTE PANDEMIA

Durante a pandemia, em 2020, a empresa abriu 12 novas lojas e apresentou aumento de 30% de lucro em relação a 2019, e no primeiro trimestre de 2021 apresentou redução de seu prejuízo, por meio da diminuição de gastos em vendas e com produtos vendidos a menor preço.

Em meio a diversas controvérsias a empresa realizou doações de cilindros de oxigênio e máscara para hospitais, no entanto ficaram mais evidentes ao público ações negativas frente à pandemia devido ao comportamento de Luciano Hang, dono da empresa Havan, que apresentou

forte posicionamento político e expressão de opiniões contrárias aos meios de tratamento e prevenção da COVID-19 determinadas pelo Ministério da Saúde seguindo diretrizes da Organização Mundial da Saúde.

Durante a pandemia foram observadas as seguintes ações:

- Descumprimento de quarentena e Geração de aglomerações

Em 4 de abril de 2020, a Polícia Militar do Estado de Santa Catarina fechou a loja Havan de Porto Belo por descumprir o decreto estadual que determinou quarentena no estado por conta da pandemia de COVID-19. As unidades da varejista Havan já tiveram que ser fechadas por conta do descumprimento da quarentena em Belém, na inauguração de uma nova unidade, em Rio Branco e Ribeirão Preto por funcionar após o decreto de fechamento das lojas e Loja Havan de São José dos Pinhais foi flagrada aberta durante a quarentena, obrigando seus funcionários a trabalhar durante este período.

- Apoio de tratamentos precoces

Luciano Hang confirmou em seu depoimento ter incentivado e financiado a distribuição de medicamentos ineficazes contra a covid-19 em várias cidades brasileiras. O empresário, que se infectou com o novo coronavírus no começo de 2021, disse ainda fazer uso de remédios como medida preventiva, o que não é recomendado. Já existe consenso científico sobre a ineficácia de substâncias como a hidroxiclороquina (antimalárico), a ivermectina (antiparasitário) e a azitromicina (antibiótico) contra a doença. A vacina é considerada a única maneira de reduzir riscos e prevenir casos graves, internações e mortes.

- Questionamento do distanciamento social

A varejista Lojas Havan, conhecida pelas vendas de eletrodomésticos e itens para a casa, começou a vender alimentos. Com essa categoria, a rede poderia ser considerada negócio essencial e, dessa forma, manter as lojas abertas. "Nesse momento de pandemia, achamos que a melhor forma de atender os clientes é colocar esses produtos à disposição", diz Luciano Hang, proprietário da Havan, em entrevista à Exame.

- Venda de produtos alimentícios para funcionar como “serviço essencial”

As lojas de departamento foram autorizadas a abrir exclusivamente para a venda de ovos de Páscoa. Segundo a PM, a loja, no entanto, permitiu a compra de outros produtos. Em maio de 2020, a loja tentou disponibilizar alguns alimentos para tentar driblar a fiscalização e reabrir o serviço essencial. Segundo a assessoria da loja, a mesma possui cadastro para vender alimentos. Durante o período de quarentena muitos varejistas começaram a aumentar a venda de produtos alimentícios para que pudessem manter suas vendas como “serviço essencial”.

- Disseminação de notícias falsas sobre a Covid

Hang foi convocado para depor sobre seu envolvimento em um esquema de disseminação de notícias falsas e desinformação sobre a covid-19 e sobre suspeitas de que alterou os registros médicos da sua mãe, Regina Hang, morta em fevereiro em um hospital da Prevent Senior.

2.1.3 – PERSPECTIVAS PARA OS PRÓXIMOS SEMESTRES

Em agosto de 2020 a Havan entrou com pedido de oferta inicial de ações (IPO) com valor de R\$ 100 bilhões, com o objetivo de aumentar o número de lojas e o tamanho do centro de distribuição.

Fatores como posicionamento da empresa, governança e transparência, citados abaixo, preocuparam os acionistas e dificultou a entrada da empresa na bolsa de valores brasileira, resultando na retomada do projeto no início de 2021 com valor reduzido para R\$ 70 bilhões e chegando à avaliação de R\$ 45 bilhões.

- Risco de posicionamento:

Com clientes cada vez mais conscientes e interessados nos valores das marcas que consomem, tornou-se necessário a demonstração de posicionamento diante de diversos assuntos de forma clara e com ações consistentes por parte das empresas. Este posicionamento não afeta apenas a imagem da empresa e percepção do cliente, mas também interfere na competitividade da empresa em meio à concorrência e impacta na sua economia.

No caso da empresa Havan, ela é uma das únicas no mercado que obteve sucesso no modelo de “grandes magazines” e continua crescendo e abrindo novas lojas, porém as condutas de Luciano Hang como o seu forte posicionamento político afetam a imagem da empresa.

- Governança e transparência:

A governança trata-se da direção e monitoramento de uma empresa, abrangendo as partes internas (conselho de administração, executivos, empregados) e externas (acionistas, fornecedores, clientes) interessadas. A transparência corresponde a um dos princípios de governança corporativa e consiste na apresentação de informações de interesse às partes interessadas.

Em relação a esses fatores, a Havan apresenta um conselho de administração dependente devido à presença de Luciano Hang e observa-se uma falta de transparência e clareza em relação aos dados de faturamento apresentados pela empresa.

2.1.4 – OPINIÃO PESSOAL DOS ENVOLVIDOS

Camilla: A empresa em si possui potencial e acredito que conseguirá manter seu desempenho atual. Porém, fatores como desempenho de e-commerce, falta de clareza de dados e sobretudo condutas controversas de Luciano Hang podem apresentar certo impedimento na sua entrada na bolsa de valores brasileira.

Leonardo: Uma empresa muito consolidada no mercado, porém seu CEO, Luciano Hang, pode deixar os investidores com um pé atrás ao pensar em investimentos a longo prazo na empresa. Contudo, é uma empresa amiga do governo, sendo difícil algo de ruim acontecer.

Whitney: Acredito que a empresa peca em 2 dos 4 P's do marketing: Praça (local onde será oferecido o produto), Promoção (Promover o produto). Apesar de ser uma empresa consolidada, não se vê empenho dela em alavancar o marketing da empresa, de estar presente em grandes centros comerciais, e até mesmo o e-commerce não é muito consolidado.

Janaina: A Havan S.A, é uma empresa brasileira do setor varejista, sua descrição que consta em seu próprio site é: "Somos uma gigante do varejo com o propósito de promover o desenvolvimento econômico e social do Brasil.". A Havan possui 160 megalojas espalhadas por 18 estados brasileiros mais o Distrito Federal, e 20 mil colaboradores. Com estes dados é possível enxergar que a Havan em si possui uma grande influência no setor econômico nacional, impulsionando o desenvolvimento do país e gerando empregos. Porém, suas constantes atitudes na pandemia por parte de seu CEO, Luciano Hang como apoio ao governo, apoio ao tratamento sem eficácia e permitindo o funcionamento da Havan na pandemia acabam por banalizar o nome da corporação e ser remetida apenas a estas polêmicas atitudes, que no cenário inserido custou inúmeras vidas, uma vez que a pandemia não acabou e o tratamento precoce da covid é ineficaz, comprometendo drasticamente a imagem da empresa.

2.2 – MAGAZINE LUIZA (MAGALU)

2.2.1 – APRESENTAÇÃO

O magazine Luiza, também conhecido como Magalu, é uma rede de varejo brasileira, Omnichannel (uma estratégia de conteúdo entre canais que as organizações usam para melhorar sua experiência do usuário e conduzir melhores relacionamentos com seu público nos pontos de contato).

Foi fundada em 1957 pelo casal Luiza Trajano Donato e seu marido Pelegrino José Donato.

Em 1981, com vocação visionária, o Magazine Luiza é uma das primeiras redes a implementar um sistema de computação nas lojas. Fazer o futuro acontecer antes sempre foi uma das marcas da empresa, pioneira também em diversos outros setores.

A década foi marcada pela automação e informatização do negócio, fazendo da Magazine Luiza pioneira na implementação de um sistema de computação em suas unidades. Processo que culminou com a criação do primeiro Centro de Distribuição (CD) totalmente automatizado em 1986, localizado em Ribeirão Preto, São Paulo. Esse período também marcou a expansão da empresa para fora do estado, com a inauguração das primeiras lojas em Minas Gerais.

Alguns anos depois, já na década de 1990, fora criado o primeiro modelo de comércio eletrônico do mundo: as Lojas Eletrônicas (hoje chamadas Lojas Virtuais). Resultantes de um projeto inovador, essas lojas vendem produtos por meio de terminais multimídia, com vendedores orientando clientes, sem necessidade de produtos em exposição ou no estoque. No mesmo ano, 1992, também nasce o projeto “Só Amanhã”, um único dia na semana em que os clientes podem comprar produtos anunciados por um preço muito abaixo da média do mercado.

Durante a gestão de Luiza Trajano, a empresa passou a investir em grandes e inusitadas promoções, como o “Só Amanhã”, um modelo, utilizado por diversas lojas do seguimento até hoje, no qual são vendidos diversos produtos por um preço bem abaixo do mercado, mas apenas por um dia.

Outra inovação nesse sentido foi a “Liquidação Fantástica”, um saldão realizado nos primeiros dias de janeiro, na qual todos os produtos teriam um desconto de até 70%, no entanto, os clientes só poderiam levar aqueles que conseguissem carregar.

Possui mais de 1110 lojas físicas, está presente em 23 estados e 819 municípios do país e seu modelo de negócio hoje caracteriza-se como uma plataforma digital com pontos físicos.

Sua operação de e-commerce ganhou 12 vezes o troféu Diamante no Prêmio Excelência em Qualidade Comércio Eletrônico – B2C.

Desde janeiro de 2016, seu presidente (CEO) é Frederico Trajano, filho de Luiza Helena Trajano, sobrinha da fundadora da empresa, Luiza Trajano Donato. Sua gestão foi a responsável pela transformação digital da companhia.

2.2.2 – AÇÕES REALIZADAS DURANTE PANDEMIA

A companhia foi a empresa com melhor imagem durante a crise, segundo estudo da ESPM Rio. Isso porque ao invés de pensar apenas na sobrevivência da empresa, pensou no coletivo.

“Entre o início da pandemia e junho de 2021, o Magazine Luiza fez nada menos do que 18 aquisições, incluindo portais de conteúdo, aplicativos, startups de áreas financeira e logística, criando ecossistema para oferecer informações, engajar potenciais consumidores e oferecer seus produtos para os diversos tipos de públicos, seja em qual canal ele tenha acesso ao portfólio oferecido pelo Magalu.” (IstoÉ).

Confira as ações:

Apostou no digital: O sucesso nos negócios foi impulsionado pela aposta em inovação digital, liderada por Frederico Trajano, com grandes investimentos no e-commerce e no omnichannel.

Startups de logística, tecnologia e sistemas, empresas de comunicação e negócios de varejo foram adquiridas nos últimos meses e a companhia chegou a ser comparada com a Amazon e Alibaba.

Usou as lojas para retirada de produtos: As 1.100 lojas físicas que foram fechadas em março viraram centros de distribuição e pontos de retirada para compras on-line.

Suas atividades normais estão retornando aos poucos conforme as medidas de restrições vão sendo afrouxadas nas cidades.

Não demitiu e criou movimento: A companhia tem cerca de 20 mil funcionários e além de não demitir, idealizou o movimento “Não Demita” para que outras empresas fizessem o mesmo.

Cuidou dos funcionários: Foram antecipadas as férias remuneradas a uma parte dos funcionários.

Houve redução no salário dos funcionários do alto escalão (executivos, diretores-executivos, membros do Conselho de Administração e diretores).

Dobram o valor do auxílio-creche para 5.500 funcionárias com filhos de até 10 anos que tiveram que trabalhar presencialmente.

As equipes de logística e distribuição receberam aumentos salariais.

Criou o Parceiro Magalu: Uma plataforma foi desenvolvida para que pequenos varejistas e profissionais autônomos pudessem vender seus produtos on-line.

Fez doações: Doou R\$ 50 milhões em produtos e equipamentos à população de baixa renda e hospitais no combate à covid-19.

Investiu no botão para denúncia de violência doméstica: Desde 2019, o aplicativo da empresa traz um botão discreto para denúncia contra violência doméstica. Com o aumento no número de casos durante o isolamento, o Magalu apresentou melhorias e deixou a tela de denúncia mais parecida com a do carrinho de compras, ainda mais discreta, além de investir na divulgação pelas redes através de sua influenciadora virtual, a Lu.

Estreou no TikTok: A Lu, influenciadora virtual do Magazine Luiza, estreou no TikTok como tentativa de aproximar a marca da audiência jovem.

Criou programa de trainee para negros: Para 2021, a companhia anunciou a criação de um programa de trainee para negros como forma de promover diversidade racial nos cargos de liderança.

2.2.3 – PERSPECTIVAS PARA OS PRÓXIMOS SEMESTRES

“Em questão da bolsa de valores, abriram o ano de 2020 em R\$ 12. Em março, caíram para R\$ 8,15, acompanhando a fuga de investimentos para portos mais seguros, como o dólar. Passado o susto que causou a maior onda de circuit breaker da B3, as ações recuperaram seu crescimento. Entre o fim do ano passado e o início de 2020, as ações da empresa flutuaram entre R\$ 23 e R\$ 26.” (Estadão).

Após a prova de voo em 2020 ser passado com sucesso, a Magazine Luiza entrou em 2021 muito bem colocada no mercado, ainda sendo um grande exemplo na questão de inovação a adversidades, sendo mencionada como um dos cinco melhores investimentos da bolsa, de acordo com a BTG Pactual Digital.

No primeiro trimestre de 2021, a empresa faturou sete vezes mais do que no mesmo período de 2020, mostrando que seus passos ainda seguem firme no mercado, sendo muito influentes no mercado digital, tanto no e-commerce quanto as redes sociais.

Com mais de 20 as empresas subsidiárias, passando pelo setor de calçados, artigos esportivos, seguros, fintechs, logística, cosméticos e perfumaria, sebo virtual, plataformas de curso, mídia e informação, mostrando que seu ritmo de crescimento, que é bem atrativo na bolsa de valores.

Ao todo, é uma empresa que cada vez mais chama atenção em suas ações, mostrando que seu futuro só tende a crescer.

2.2.4 – OPINIÃO PESSOAL DOS ENVOLVIDOS

Leonardo: Considero essa empresa uma das grandes apostas do mercado da bolsa de valores no Brasil. Uma grande empresa que mostrou que sabe crescer acompanhando as novidades e ainda por cima, sabe da importância da inclusão e da diversidade dos funcionários. Visando não somente o lucro, mas também cuidando de seus empregados.

Whitney: O sucesso do Magalu sem dúvidas se dá a gestão da Luiza, acredito que a perspectiva da empresa para o futuro seja investir ainda mais no e-commerce virtual expandindo e se aprofundando em novos nichos, dada as últimas aquisições da empresa. No contexto internacional a Magalu é reconhecida.

Nivea: Por ter uma estratégia de vendas on-line o magazine Luiza conseguiu ir além das expectativas para qualquer empresa na pandemia. Mostrou que é possível lucrar e crescer cuidando dos seus funcionários e dando oportunidades para a diversidade na empresa.

Mariana: Mais presente do que nunca nas redes sociais, a rede varejista Magazine Luiza inovou em suas estratégias de divulgação se tornando um sucesso extraordinário. O marketing foi uma área essencial para o crescimento da empresa logo, deixou de ser apenas uma varejista e se transformou em uma plataforma em que o cliente pode encontrar tudo o que quiser. E sempre atenta nas novidades das redes sociais, e aproveitando a oportunidade de usar frases, memes e desafios criados pelos usuários.

Camilla: A empresa se mostrou ser muito hábil e inovadora em suas decisões tanto antes como durante a pandemia, permitindo que permanecesse no mercado e contribuísse para uma boa imagem. Além disso, o alto desempenho no e-commerce e ações inclusivas fortalece ainda mais seu lugar no mercado e favorece o seu crescimento nos próximos semestres.

3 – CONCLUSÃO

Com base em toda a pesquisa, o grupo concluiu que apesar de ambas sendo duas empresas grandes e consolidadas, uma soube se sobressair principalmente em meio a uma situação atípica, tal empresa vem explorando estratégias diferentes e que mostram um cuidado a mais com o público e com os próprios colaboradores, evidenciando que uma organização que prioriza uma administração com o enfoque em relações humanas atualmente traz resultados sólidos.

Contudo, este artigo exemplifica também a importância da inovação para as empresas, estar atento as mudanças do público-alvo são necessárias para antecipar as tendências do mercado e até mesmo os concorrentes.

Com base em todas essas afirmações, podemos dizer que uma boa empresa não é aquela que só brilha quando mostra os seus lucros, pois deste jeito é um pilar único que não se sustentará, mas sim a importância de saber que seus funcionários são as peças mais importantes que movem a empresa, e sem eles nada seriam. Quando os próprios funcionários se sentem bem em trabalhar na sua empresa, os investidores se sentem bem em investir na mesma, podemos dizer que a qualidade de vida dos funcionários é o reflexo da qualidade de vida da empresa.

4 – REFERÊNCIAS

ABREU, Kaype. Havan, de Luciano Hang, diminui prejuízo e tem receita de R\$ 1,7 bi. **Seu Dinheiro**, 10 maio 2021. Disponível em: <<https://www.seudinheiro.com/2021/empresas/havan-1tri/>>. Acesso em: 16 nov. 2021.

ANDRADE, Jenne. Valuation das Lojas Havan pode cair ainda mais, dizem analistas. **Estadão E-Investidor**, 14 jul. 2021. Mercado. Disponível em: <<https://einvestidor.estadao.com.br/mercado/lojas-havan-ipo-valuation/>>. Acesso em: 16 nov. 2021.

AZEVEDO, Vitor. Havan tem prejuízo de R\$ 30 milhões no primeiro trimestre de 2021. **Suno**, 11 maio 2021. Negócios. Disponível em: <<https://www.suno.com.br/noticias/havan-tem-prejuizo-de-r-30-milhoes-no-primeiro-trimestre-de-2021/>>. Acesso em: 16 nov. 2021.

ELIAS, Felipe. Mesmo com pandemia, Havan tem faturamento de R\$ 10 bilhões e crescimento no lucro em 2020. **OCP News**, 03 fev. 2021. Economia. Disponível em: <<https://ocp.news/economia/mesmo-com-pandemia-havan-tem-faturamento-de-r10-bilhoes-e-crescimento-no-lucro-em-2020>>. Acesso em: 16 nov. 2021.

FIGO, Anderson. Havan fatura mais de R\$ 10 bilhões na pandemia e pretende retomar IPO em 2021. **InfoMoney**, 29 jan. 2021. Varejo. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/havan-fatura-mais-de-r-10-bilhoes-na-pandemia-e-pretende-retomar-ipo-em-2021/>>. Acesso em: 16 nov. 2021.

GODOY, Denyse. Havan quer vender ações na bolsa - e admite que polêmico Hang é um risco. **Exame Invest**, 30 ago. 2020. Mercados. Disponível em: <<https://exame.com/negocios/havan-quer-vender-acoes-na-bolsa-e-admite-que-polemico-hang-e-um-risco/>>. Acesso em: 16 nov. 2021.

SESTREM, Gabriel. “Incompetência leva ao lockdown”, diz Hang ao defender tratamento precoce e vacinação em massa. **Gazeta do Povo**, 31 mar. 2021. Vida e Cidadania. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/luciano-hang-pandemia-lockdown-bolsonaro/>>. Acesso em: 16 nov. 2021.

Estadão. MGLU3: qual a tendência para o segundo semestre de 2021? **Estadão**, 6 de agosto de 2021. E Investidor. Disponível em: <<https://einvestidor.estadao.com.br/mercado/mglu3-magazine-luiza-tendencia-segundo-semester>> acesso em 23 de novembro de 2021.

VIEIRA, Sérgio. A jornada híbrida do Magalu. **Isto É**, 7 de julho de 2021. **Dinheiro**. Disponível em <<https://www.istoedinheiro.com.br/a-jornada-hibrida-do-magalu/>> acesso em 15 de novembro de 2021.

InfoMoney. Luiza Helena Trajano: a empresária que fez o Magazine Luiza virar referência em inovação e diversidade. **InfoMoney**. <<https://www.infomoney.com.br/mercados/por-que-a-acao-do-magalu-mglu3-despenca-e-da-americanas-amer3-dispara-apos-os-resultados-do-3o-tri/>> acesso em 15 de novembro de 2021.

RIZÉRIO, Lara. Por que a ação do Magazine Luiza (MGLU3) despencou 18% e da Americanas (AMER3) saltou quase 6% após os balanços do 3º tri? **InfoMoney**, 12 de novembro de 2021. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/por-que-a-acao-do-magalu-mglu3-despenca-e-da-americanas-amer3-dispara-apos-os-resultados-do-3o-tri/>> acesso em 15 de novembro de 2021.

LIMA, Jessica. 9 ações positivas do Magazine Luiza na pandemia. **Yahoo Finanças**, 27 de outubro de 2020. Disponível em: <https://esportes.yahoo.com/noticias/9-acoes-positivas-do-magazine-luiza-na-pandemia-080019499.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLnNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAIIDxIKXV4S2jID6wd0iGaDckGHvha_oZg_Q_wEVmAvnFkCwCO9_X1rwdhHiwk7IF4W82KtnzOOTzrEkVKN9oInuCyagVY1OLYKy_iE0XK1I2n6vGE_I563MHo1bryfW8czCLcSOhavAcG32OCHC3gzxkyv2j9jr4wxwAphsilPV> acesso em 15 de novembro de 2021.

FIGO, Anderson. Havan fatura mais de R\$ 10 bilhões na pandemia e pretende retomar IPO em 2021. **InfoMoney**, 29 de janeiro de 2021. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/havan-fatura-mais-de-r-10-bilhoes-na-pandemia-e-pretende-retomar-ipo-em-2021/>> acesso em 29 de novembro de 2021.

HAVAN. A Havan. **Havan.com**, Disponível em: <<https://ri.havan.com.br/a-havan/quem-somos/>> acesso em 29 de novembro de 2021.

BERTONI, Estêvão. O papel de Luciano Hang na difusão de remédios ineficazes. **Nexo Jornal**, 29 set. 2021. Sociedade. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2021/09/29/O-papel-de-Luciano-Hang-na-difus%C3%A3o-de-rem%C3%A9dios-ineficazes>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

CAVALCANTE, Luciana. Inauguração causa aglomeração e loja da Havan é fechada em Belém. **UOL**, 10 out. 2020. Cotidiano. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/10/10/pa-inauguracao-causa-aglomeracao-e-havan-e-autuada-por-crime-contras-saude.htm>>. Acesso em: 25 nov. 2021.

FILIPPE, Marina. Consumidores atentos tornam impossível que empresas não se posicionem. **Revista Exame**, 28 jul. 2021. Disponível em: <<https://exame.com/revista-exame/e-hora-de-se-posicionar/>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

GOVERNANÇA Corporativa. **IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa)**, s. d. Conhecimento. Disponível em: <<https://www.ibgc.org.br/conhecimento/governanca-corporativa>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

HAVAN. in: **WIKIPÉDIA**: a enciclopédia livre, 02 set. 2021. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Havan>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

LOJA Havan é lacrada em Ribeirão Preto, SP, por descumprir decreto da quarentena, diz Prefeitura. **G1 Portal de notícias**, 14 jul. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2020/07/14/loja-da-havan-e-lacrada-em-ribeirao-preto-sp-por-descumprir-decreto-da-quarentena-diz-prefeitura.ghtml>>. Acesso em: 25 nov. 2021.

LUC, Mauren. Havan recebe clientes e obriga funcionários a trabalhar durante a quarentena. **Jornal Plural**, 11 jul. 2020. Vizinhança. Disponível em:

<<https://www.plural.jor.br/noticias/vizinhanca/havan-recebe-clientes-e-obriga-funcionarios-a-trabalhar-durante-a-pandemia/>>. Acesso em: 25 nov. 2021.

MAMMI, Antônio; PELLEGRINI, Aline. As investidas negacionistas do dono da Havan na pandemia. **Nexo Jornal**, 27 set. 2021. Política. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/podcast/2021/09/27/As-investidas-negacionistas-do-dono-da-Havan-na-pandemia>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

QUEM somos. **Havan**, s.d. Disponível em: <<https://ri.havan.com.br/a-havan/quem-somos/>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

SALOMÃO, Karin. Dono da Havan critica isolamento e diz que vai bombar de vender alimentos. **Revista Exame**, 20 maio 2020. Negócios. Disponível em: <<https://exame.com/negocios/queremos-ser-o-carrefour-diz-dono-da-havan/>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

TOLEDO, Marcelo. Loja da Havan é fechada em Rio Branco por descumprir decreto de quarentena. **Folha de S. Paulo**, 1 maio 2020. Mercado. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/05/loja-da-havan-e-fechada-em-rio-branco-por-descumprir-decreto-de-quarentena.shtml>>. Acesso em: 25 nov. 2021.

5 – ANEXOS

5.1 – ENTREVISTADA THAINÁ, MAGAZINE LUIZA

5.1.1 – DIGA SEU NOME, EMPRESA E SETOR

Me chamo Thainá, trabalho na Magazine Luíza e faço parte do time de moda, na vertical moda da Magalu.

5.1.2 – RELATE QUAIS FORAM AS ORIENTAÇÕES QUE A EMPRESA DEU EM RELAÇÃO AO TRABALHO E A PANDEMIA.

Durante a pandemia a empresa implementou aos escritórios o sistema de trabalho em casa (*home office*). Esse método ainda não existia no Magalu, e conforme confessado pelo próprio CEO, existia um certo receio sobre o resultado positivo. No entanto, quando o surto da pandemia chegou ao Brasil, a diretoria não hesitou em liberar os colaboradores a trabalharem de casa e desde então esse permanece sendo um sistema de trabalho ativo na empresa.

5.1.3 – QUAIS FORAM AS AÇÕES INTERNAS REALIZADAS DURANTE A CONDUÇÃO DA PANDEMIA PARA OS FUNCIONÁRIOS?

Além disso, a companhia manteve o compromisso com os funcionários, eliminando possibilidade de demissões. Pessoas que estavam em processo seletivo tiveram seus processos congelados, mas aqueles que já estavam encaminhados para a contratação, foram contratados normalmente. O Magalu promoveu ações internas para dar assistência alimentícia e de saúde pessoal às famílias em situação de vulnerabilidade. Quando as flexibilizações de retorno começaram a surgir, o Magalu proibiu aos colaboradores com comorbidade e às grávidas de irem presencialmente. Aos que retornaram, a empresa ofereceu testes grátis semanais de covid, para garantir o cuidado e o bem-estar dos seus funcionários. Seguiu com esse protocolo até que a grande maioria estivesse vacinada com as duas doses.

5.1.4 – COMO OS FUNCIONÁRIOS LIDARAM COM AS NOVAS ORIENTAÇÕES?

No início, houve medo e incerteza como em relação a questão da pandemia. No entanto, o home office funcionou muito bem, tanto para a empresa como para os funcionários. Os colaboradores acreditaram e respeitaram a iniciativa do Magalu, também participaram ativamente das ações internas com viés social, para assistir pessoas e famílias em situação de vulnerabilidade.

5.1.5 – EM ALGUM MOMENTO VOCÊ TEVE DÚVIDAS SOBRE CORTES DE PESSOAL, MEDO DE SER MANDADA EMBORA, REDUÇÃO DE SALÁRIO?

Não tive esse medo. O acolhimento interno sempre foi muito claro.

5.1.6 – NA SUA OPINIÃO, QUAIS FORAM OS PONTOS POSITIVOS E/OU PONTOS NEGATIVOS EM RELAÇÃO À CONDUTA DA EMPRESA?

Hoje no Magalu, adotamos o sistema híbrido, com dias de *home* e dias presencialmente no escritório. Acredito que essa medida foi uma das mais inteligentes,

além disso a empresa não obriga a ida presencial, é sempre opcional. A firmeza da empresa em manter seus funcionários contratados, independente das questões externas foi um dos pontos mais positivos, considerando a quantidade de outras empresas que demitiram funcionários no período. Não consegui pensar em um ponto negativo, sobre a pandemia, por parte do Magalu.

5.1.7 – VOCÊ SABE SE TEVE ALGUM FUNCIONÁRIO DA MAGALU QUE MORREU DE COVID-19? E SE A FAMÍLIA DESSA PESSOA FOI ASSISTIDA?

Teve sim, sobre a assistência não sei dizer, mas eles sempre avisavam ali nos ritos quando algum funcionário estava internado ou se houve óbito. Do tempo que estou lá, lembro só do caso de uma vendedora.

5.1.8 – O QUE SÃO OS RITOS, MESMO?

É uma reunião geral que ocorre semanalmente para apresentar os resultados e as ações que a empresa está fazendo, ou qualquer outra novidade.

5.1.9 – NA SUA OPINIÃO, COMO A EMPRESA VAI SEGUIR NOS PRÓXIMOS 6 MESES EM RELAÇÃO A PANDEMIA?

Bom, o Fred já comentou que o sistema híbrido é definitivo. Agora que já houve as vacinações e tudo retornou ele tem incentivado aos funcionários a ocuparem os espaços no escritório, a usufruírem e a empresa tem tido várias iniciativas internas para incentivar a gente, então eles preparam ações de lazer, dão brindes de comida e tal, coisas do tipo. Acho que segue assim.

5.1.10 – VOCÊ ACHA QUE ESSAS AÇÕES INTERNAS REFLETEM DE MANEIRA POSITIVA OU NEGATIVA NO SERVIÇO?

Positiva, porque existe esse incentivo, o funcionário se sente valorizado e mais disposto a colaborar.