Tópicos do trabalho

1) apresentação da empresa e do segmento de mercado;

2) ações realizadas no momento pandêmico (externas e internas). Caso queiram inserir alguma propaganda ou vídeo, é possível;

3) perspectivas para os próximos semestres (opinião do grupo observando a empresa em questão e o contexto nacional e internacional);

4) Finalizar com informações da entrevista.

# Magazine Luiza

### **apresentação da empresa e do segmento de mercado:**

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.

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.

### **ações realizadas no momento pandêmico (externas e internas). Caso queiram inserir alguma propaganda ou vídeo, é possível**

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:

**1- 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.

**2- 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.

**3- 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.

**4- 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).

Dobraram 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.

**5- Criou o Parceiro Magalu**

Uma plataforma foi desenvolvida para que pequenos varejistas e profissionais autônomos pudessem vender seus produtos on-line.

**6- Fez doações**

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

**7- 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.

**8- Estreou no TikTok**

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

**9- 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.

### **perspectivas para os próximos semestres (opinião do grupo observando a empresa em questão e o contexto nacional e internacional);**

Opinião 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.

### **Finalizar com informações da entrevista.**

.....