

**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](#_Toc89086400)

[**2 – DESENVOLVIMENTO** 6](#_Toc89086401)

[**2.1 – HAVAN S.A.** 6](#_Toc89086402)

[**2.1.1 – APRESENTAÇÃO** 6](#_Toc89086403)

[**2.1.2 – AÇÕES REALIZADAS DURANTE PANDEMIA** 6](#_Toc89086404)

[**2.1.3 – PERSPECTIVAS PARA OS PRÓXIMOS SEMESTRES** 7](#_Toc89086405)

[**2.1.4 – OPNIÃO PESSOAL DOS ENVOLVIDOS** 7](#_Toc89086406)

[**2.2 – MAGAZINE LUIZA (MAGALU)** 8](#_Toc89086408)

[**2.2.1 – APRESENTAÇÃO** 8](#_Toc89086409)

[**2.2.2 – AÇÕES REALIZADAS DURANTE PANDEMIA** 9](#_Toc89086410)

[**2.2.3 – PERSPECTIVAS PARA OS PRÓXIMOS SEMESTRES** 10](#_Toc89086411)

[**2.2.5 – OPNIÃO PESSOAL DOS ENVOLVIDOS** 11](#_Toc89086412)

[**3 – ENTREVISTA** 12](#_Toc89086413)

[**3.1 – ENTREVISTADA THAINÁ, MAGAZINE LUIZA** 12](#_Toc89086414)

[**3.1.1 – DIGA SEU NOME, EMPRESA E SETOR** 12](#_Toc89086415)

[**3.1.2 – RELATE QUAIS FORAM AS ORIENTAÇÕES QUE A EMPRESA DEU EM RELAÇÃO AO TRABALHO E A PANDEMIA.** 12](#_Toc89086416)

[**3.1.3 – QUAIS FORAM AS AÇÕES INTERNAS REALIZADAS DURANTE A CONDUÇÃO DA PANDEMIA PARA OS FUNCIONÁRIOS?** 12](#_Toc89086418)

[**3.1.4 – COMO OS FUNCIONÁRIOS LIDARAM COM AS NOVAS ORIENTAÇÕES?** 12](#_Toc89086419)

[**3.1.5 – EM ALGUM MOMENTO VOCÊ TEVE DÚVIDAS SOBRE CORTES DE PESSOAL, MEDO DE SER MANDADA EMBORA, REDUÇÃO DE SALÁRIO?** 12](#_Toc89086420)

[**3.1.6 – NA SUA OPINIÃO, QUAIS FORAM OS PONTOS POSITIVOS E/OU PONTOS NEGATIVOS EM RELAÇÃO À CONDUTA DA EMPRESA?** 13](#_Toc89086421)

[**3.1.7 – VOCÊ SABE SE TEVE ALGUM FUNCIONÁRIO DA MAGALU QUE MORREU DE COVID-19? E SE A FAMÍLIA DESSA PESSOA FOI ASSISTIDA?** 13](#_Toc89086422)

[**3.1.8 – O QUE SÃO OS RITOS, MESMO?** 13](#_Toc89086423)

[**3.1.9 – NA SUA OPINIÃO, COMO A EMPRESA VAI SEGUIR NOS PRÓXIMOS 6 MESES EM RELAÇÃO A PANDEMIA?** 13](#_Toc89086424)

[**3.1.10 – VOCÊ ACHA QUE ESSAS AÇÕES INTERNAS REFLETEM DE MANEIRA POSITIVA OU NEGATIVA NO SERVIÇO?** 13](#_Toc89086425)

[**4 – CONCLUSÃO** 14](#_Toc89086426)

[**5 – REFERÊNCIAS** 15](#_Toc89086427)

# **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 demostrar 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.

Empresa com matriz em Santa Catarina, Brasil;

Fundada em 1968 por Luciano Hang e Vanderlei de Limas

a princípio atuava no ramo têxtil;

Segmento de mercado: Setor varejista, loja de departamentos

nos ramos têxtil, decoração, utilidades domésticas, eletro;

Grande variedade de produtos;

Opera em cidades menores;

Maioria de produtos nacionais e produzidos pela própria empresa.

### **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 a imagem da empresa foi prejudicada devido ao comportamento de Luciano Hang, dono da empresa Havan, que apresentou forte posicionamento político que levou a expressar opiniões contrárias aos meios de tratamento e prevenção da COVID-19 determinadas pelo Ministério da Saúde seguindo diretrizes da Organização Mundial da Saúde.

Entre as atitudes tomadas durante a pandemia podem ser citadas:

* Descumprimento de quarentena
* Apoio de tratamentos precoces
* Geração de aglomerações
* Questionamento do distanciamento social
* Venda de produtos alimentícios para funcionar como “serviço essencial”

Durante o período de quarentena muitos varejistas começaram a aumentar a venda de produtos alimentícios para que pudessem manter suas vendas como “serviço essencial”. No entanto, a dificuldade com as vendas pela internet, juntamente com opiniões contrárias ao isolamento social, fez com que a empresa.

### **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.

A empresa 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, seu forte posicionamento político e sua presença no conselho de administração da empresa tornando-o dependente, bem como a falta de transparência e clareza em relação aos dados de faturamento, preocupa os investidores.

Esses fatores dificultaram a sua entrada na bolsa de valores brasileira, resultando na retomada do projeto no início de 2021 com valor reduzido para R$ 70 milhões e chegando à avaliação de R$ 45 milhões.

### **2.1.4 – OPNIÃO 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 atras ao pensar em investimentos a longo prazo na empresa. Contudo, é uma empresa amiga do governo, sendo difícil algo de ruim acontecer.

...

## **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).

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.

**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 vogo 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-comerce quanto as redes sociais.

Com [mais de 20 as empresas subsidiárias](https://einvestidor.estadao.com.br/mercado/magazine-luiza-mglu3-compra-fintech-hub-prepaid-290-mi/), 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.

### **2.2.5 – OPNIÃO 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.

# **3 – ENTREVISTA**

## **3.1 – ENTREVISTADA THAINÁ, MAGAZINE LUIZA**

### **3.1.1 – 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.

### **3.1.2 – 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.

### **3.1.3 – 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.

### **3.1.4 – 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.

### **3.1.5 – 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.

### **3.1.6 – 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.

### **3.1.7 – 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.

### **3.1.8 – 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.

### **3.1.9 – 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.

### **3.1.10 – 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.

# **4 – CONCLUSÃO**

Com base em toda a pesquisa, o grupo concluiu....

# **5 – 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-semestre>> 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=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAIDxlKXVk4S2jlD6wd0iGaDckGHvha_oZg_Q_wEVmAvnFkCwCO9_X1rwdhHiwk7lF4W82KtnzOOtzrEkVKN9olnuCyagVY1OLYKy_iE0XK1l2n6vGE_I563MHo1bryfW8czCLcSOhavAcG32OCHC3gzxkyv2j9jr4wxeAphsilPV>>acesso em 15 de novembro de 2021.