

# **Fórum Mundial de Alta Performance 2006**

## **Pessoas em primeiro lugar**

Com seu jeito simples, Luiza Helena, diretora-superintendente do Magazine Luiza, emocionou a todos os participantes ao fazer uma apresentação detalhada da empresa entremeada com tiradas inteligentes e bem-humoradas.

Cativante, a melhor definição tanto para a palestra Como construir e manter equipes de alta performance, que apresentou em detalhes o Magazine Luiza, terceira maior rede varejista do país e que até virou case da conceituada Universidade de Harvard, dos Estados Unidos, quanto da palestrante, a diretora-superintendente Luiza Helena, que a todos emocionou com seu jeito simples e bem-humorado.

Na sua apresentação, a última do primeiro dia do Fórum Mundial de Alta Performance, Luiza Helena prendeu a atenção de todos alternando momentos de emotividade, principalmente quando se referia aos funcionários da empresa, com tiradas inteligentes e de bom humor.

Luiza Helena iniciou com um breve histórico da empresa, fundada em 1957. Em 1991, assumiu a superintendência da rede e iniciou uma série de reformulações, quebrando diversos paradigmas para a época. “Ser vendedor não era o sonho de ninguém. Mas começamos a perceber que as coisas estavam mudando. Naquela época, só se falava em resultados e rentabilidade. Nunca se falava nas pessoas. Agora, é muito bom vir aqui a este evento e ouvir palestrantes da importância do Frank Maguire e do Tom Peters dizerem que o mais importante são as pessoas”, lembrou.

A palestrante fez questão de deixar claro que é praticante e defensora dos Absolutos Maguire: paixão, atitude e relacionamento. “Quando aumenta a nossa consciência, percebemos que o que vale são os três pontos que ouvimos anteriormente. Tratamos da mesma maneira tanto nossos clientes quanto nossos fornecedores. O que você faz para os outros é o que você gostaria que fizessem para você. Quando agimos desta maneira, você tem a volta, tem o retorno. Se fizermos algo errado, ou o vendedor ou a empresa, corremos para dar uma satisfação ao cliente e para pedir desculpas”, ensinou.

Premissas – Para colocar em prática esses conceitos, o Magazine Luiza adotou premissas básicas, que têm de ser seguidas à risca pelos funcionários. São elas:

Força e vitalidade

Simplicidade, transparência e ética

Descentralização/autonomia

Crença no trabalho em equipe

Preocupação constante com os clientes

Postura de ganha-ganha (o negócio tem de ser bom tanto para o Magazine Luiza quanto para o fornecedor)

Ousadia e inovação

Fazer acontecer com simplicidade, harmonia e ordem

Parcerias estratégicas

Estar onde, quando e como o cliente desejar

Lucro é essencial para a sobrevivência da empresa

Compromisso com o país e com a comunidade

Seguindo tais premissas, o Magazine Luiza passou de um faturamento anual de R\$ 918 milhões em 2003 para R\$ 2 bilhões no ano passado, praticamente o dobro. Ao todo, a rede conta atualmente com 360 pontos de vendas, entre lojas tradicionais e virtuais – nestas, as vendas são feitas através de telas de computador e o único produto em exibição são telefones celulares– e cerca de 10 mil colaboradores.

Comunicação – Para satisfazer clientes, funcionários e fornecedores, o Magazine Luiza tem uma preocupação especial com a comunicação entre as diversas partes envolvidas. “Criamos a rádio Luiza nas lojas, com informativos para os clientes e funcionários. Temos o portal da rede, com 13 mil acessos por dia apenas na intranet. E a TV Luiza foi implantada há dois meses, com 370 pontos de recepção nas lojas”, detalhou Luiza Helena.

Apesar de todas estas conquistas, Luiza Helena não se deixa impressionar pelos números e faz questão de transmitir um ensinamento que aprendeu de criança e o relembra aos funcionários sempre que pode: “A vida inteira eu ensinei aos meus filhos a dizer ‘muito obrigado’, desde a empregada que coloca a comida na mesa assim como para qualquer outra pessoa que nos preste um serviço. É o mínimo que podemos fazer”, afirmou. Com certeza, está aí o segredo do seu sucesso.

© Inter managers, 2006

Foto: Regis Filho  
23/03/2006