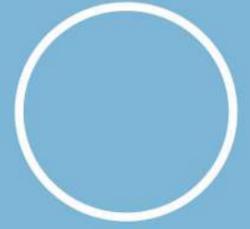


Relatorio Anual MN Tecidos - 2019



SUMÁRIO

1. Relatório Anual MN Tecidos 2019

- Mensagem da Administração
- Quem somos

2. Nossos Públicos de Interesse

- Colaboradores
- Representantes
- Clientes
- Fornecedores
- Sociedade
- Nossas Causas e Compromissos
- Sustentabilidade Ambiental

3. Inovação em Gestão e Processos

- Cultura
- Tecnologia
- Infraestrutura
- Produção
- Comercial

4. Desenho dos Negócios e Financeiro

- Estratégias e Realizações
- Principais números

5. Compromisso para 2020

- Principais estratégias e metas
- Agradecimento

Mensagem da Administração

Caros (as),

O ano de 2019 foi marcado por muitas mudanças, inovações, e acima de tudo, uma busca por crescimento estrutural para a MN Tecidos. A gestão da MN Tecidos passou por muitas mudanças, incluindo uma grande transformação digital que trouxe agilidade e renovação para as áreas de negócios, administrativas e operacionais. Tudo isso acompanhado de crescentes investimentos em nossos colaboradores, seja para aperfeiçoar equipes ou para favorecer o desenvolvimento dos nossos profissionais.

Com os olhos no futuro, começamos a investir em nossa infraestrutura. Passamos por uma reforma na loja da Rua Almirante Barroso, 478 (Almirante I) com o objetivo de tornar a experiência de nossos clientes mais agradável; construímos um novo polo de trabalho para comportar o segmento de confeccionados e nova operação de estamparia digital. Também planejamos e iniciamos uma reestruturação física do nosso prédio na Rua Carlos Botelho, 177.

Estamos publicando pela primeira vez, este modelo de relatório anual porque queremos ser mais transparentes com clientes, colaboradores e representantes. Acreditamos que a transparência pode inspirar melhores práticas no mercado e aumentar a visibilidade de nossa empresa, inclusive para outros resultados além do econômico-financeiro.

Esperamos que este material seja útil, porque nele estamos compartilhando o que aprendemos com nossos erros e acertos ao longo de 2019. É nosso compromisso continuar dedicando nossos esforços e talentos para transformar nossa empresa em um exemplo para o setor.

Boa leitura!

Marcelo Namura



1.1 Quem somos

A MN Tecidos é uma empresa familiar que está no mercado desde 1985 oferecendo soluções de industrialização, importação e distribuição de produtos têxteis. Com mais de 7 mil clientes ativos em todo o país, atendemos diversos segmentos: desde o público em geral no varejo até grandes empresas.

Nossa estrutura de vendas é composta por duas lojas físicas e três showrooms na região do Brás em São Paulo, além de mais de 80 representantes em todo o Brasil e uma equipe especializada em atendimento a distância.

Para atender o mercado com agilidade, contamos também com uma estamparia digital na cidade de São Paulo e um moderno centro de distribuição na cidade do Rio de Janeiro que garante o armazenamento adequado dos produtos e a eficiência na entrega.

Mais de **30 anos**
no mercado

7 mil clientes
ativos em
todo país

3 Showrooms

2 Lojas Físicas

Mais de **80**
Representantes

Equipe
Especializada
em Atendimento
a Distância

Mais de **15.000m²**
de estoque

1 Moderno
Centro de
Distribuição

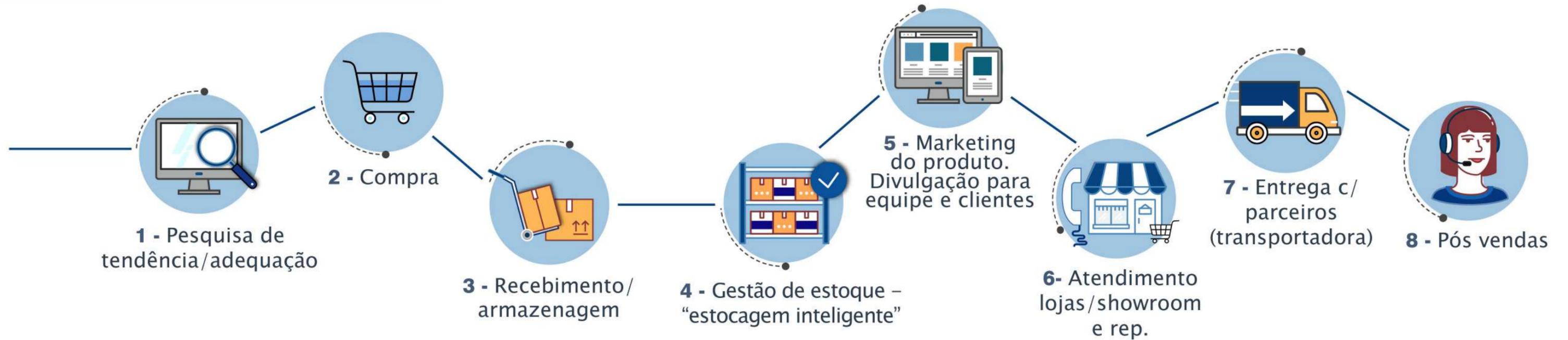
5 prêmios Conquistados: Premiação da empresa **3M** na categoria Distribuidor de Produtos para Segurança e Usabilidade Pessoal

Empresa Certificada pela **ABVETEX** (Associação Brasileira do Varejo Têxtil) desde 2011.

1º empresa do ramo a se comprometer com o Princípios do Empoderamento da Mulher, da **Onu Mulheres**.

Nosso modelo de negócios

Moda/importado e Denim



Produção Própria



Produção Terceirizada



Confeccionados



Missão

Oferecer serviços e produtos têxteis de qualidade e custo-benefício alinhados às inovações de mercado para construir parcerias duradouras.

Visão

Ser referência no atendimento do setor têxtil, por meio do desenvolvimento das pessoas e do comprometimento com práticas responsáveis de mercado.

Valores



CLIENTE EM
PRIMEIRO LUGAR



ATITUDE ÉTICA
E RESPEITOSA



TRABALHO
EM EQUIPE



PROCESSOS
SERVINDO
PESSOAS



O MELHOR
ARGUMENTO
É O QUE VALE



LIDERANÇA
PELO EXEMPLO

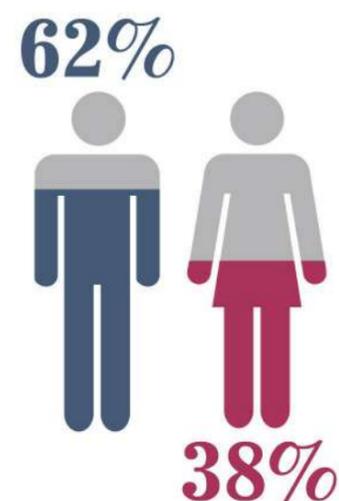
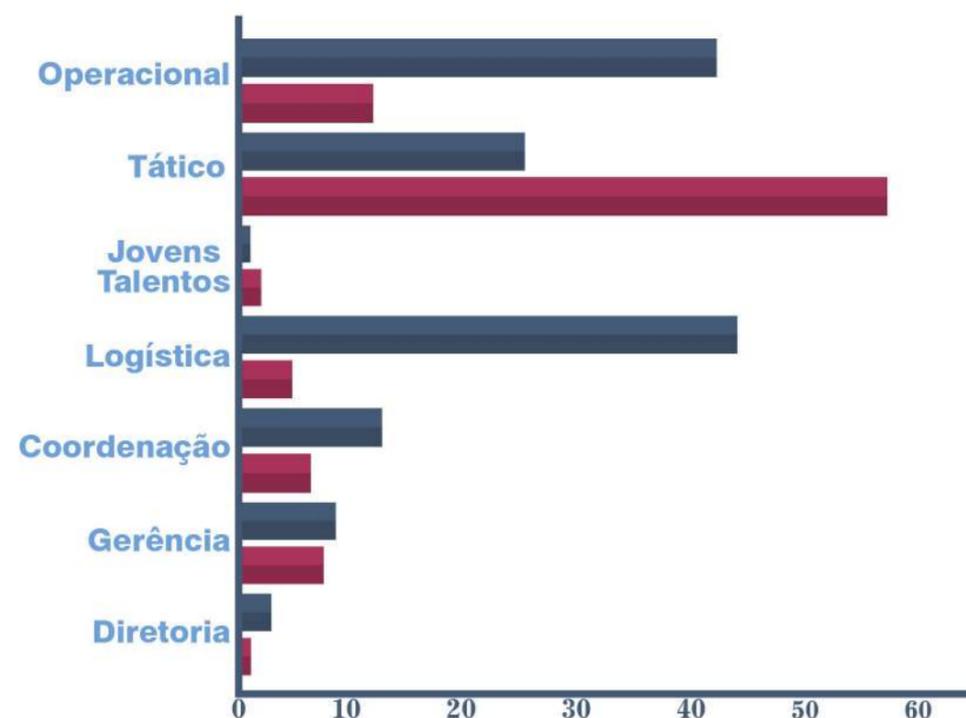


ENTUSIASMO
PARA SONHAR
E REALIZAR

2. Nossos Públicos de Interesse

Neste capítulo são apresentados os Nossos Públicos de Interesse que, direta ou indiretamente, têm direitos ou interesses associados a MN Tecidos e, em função disso, por sua ação/reação nos impactam ou são por nós afetados. São os públicos considerados estratégicos para os nossos negócios.

Total de colaboradores: 228



Raça	Homens	Mulheres
Branco	63	49
Amarelo	1	0
Pardo	34	35
Negro	37	9
Total	135	93

Quantidade de Colaboradores por gênero, cargo, raça e escolaridade:



Escolaridade	H	M
Ensino Superior Completo	20	27
Ensino Superior Incompleto	5	22
Ensino Médio Completo	65	33
Ensino Médio incompleto	22	5
Ensino Fundamental Completo	16	2
Ensino Fundamental Incompleto	10	1
Total	138	90

Resumo dos Cargos	H	M
Operacional	42	13
Tático	26	59
Jovens Talentos	2	3
Logística	45	4
Coordenação	8	4
Gerência	8	7
Diretoria	3	1
Supervisão	9	0
Total	143	91

2.1 Colaboradores

A MN tem o compromisso de criar um ambiente de negócios ativo, que gere oportunidades equitativas para as mulheres e os homens, a fim de colaborar com o aumento do número de mulheres na empresa, principalmente em cargos de gestão. Pensando nisso, em 2019 aderimos aos Princípios de Empoderamento das Mulheres da ONU e Pacto Global das Nações Unidas, que contemplam os seguintes compromissos:

1

Estabelecer liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero;

2

Tratar todos os homens e mulheres de forma justa no trabalho – respeitar e apoiar os direitos humanos e a não discriminação;

3

Garantir a saúde, a segurança e o bem-estar de todos os trabalhadores e as trabalhadoras;

4

Promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional das mulheres;

5

Implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de suprimentos e de marketing que empoderem as mulheres;

6

Promover a igualdade através de iniciativas e defesa comunitária;

7

Mediar e publicar os progressos para alcançar a igualdade de gênero.

1

**Absenteísmo:
27,15%**

2

**Rotatividade:
18,38%**

3

**Média de tempo de casa:
3 anos e 6 meses**

4

**Quantidade de migração
interna de áreas: 15**

5

**Quantidade de
admissões: 60**

6

**Quantidade de
desligamentos: 22**

Valor investido em educação no ano de 2019: R\$14.376

O investimento com bolsas de estudo representa 42%

2.1 Colaboradores

A MN Tecidos tem procurado adotar uma política de aproximação e valorização de seus colaboradores. Nesse sentido manter a motivação e a transparência é fundamental para que todos que conheçam bem a empresa onde trabalham e sintam orgulho de pertencer a este grupo.

Nesse sentido, a partir de 2018 foi criado o MN NEWS, um evento semestral que reúne todos os colaboradores com finalidade de levar informações sobre as mudanças internas, novos integrantes da equipe, principais resultados financeiros e atualizações diversas sobre a MN.

Procuramos trazer também alguma palestra ou atividade motivacional a fim de que nossos colaboradores possam se sentir estimulados a trabalhar conosco, buscando juntos o progresso coletivo. Observamos que esses encontros tiveram alta receptividade por parte dos colaboradores, pois, além do engajamento, é uma ótima oportunidade de se informar sobre os rumos da MN e desenvolver e manter uma comunicação direta e eficiente.



plataforma
gamificada de
desenvolvimento

REVISÃO DO
BENEFÍCIO
ALIMENTAÇÃO:

De cesta física para
cartão magnético



PROGRAMA DE
APOIO PESSOAL:

parceria da Alelo e Auster
onde o colaborador conta
com atendimento psicológico,
jurídico e financeiro
via telefone

ASSISTÊNCIA
ODONTOLÓGICA
INTERODONTO



SEGURO DE SAÚDE
100% FINANCIADO
PELA MN TECIDOS



CARTÃO ALELO
MULTINEFÍCIOS



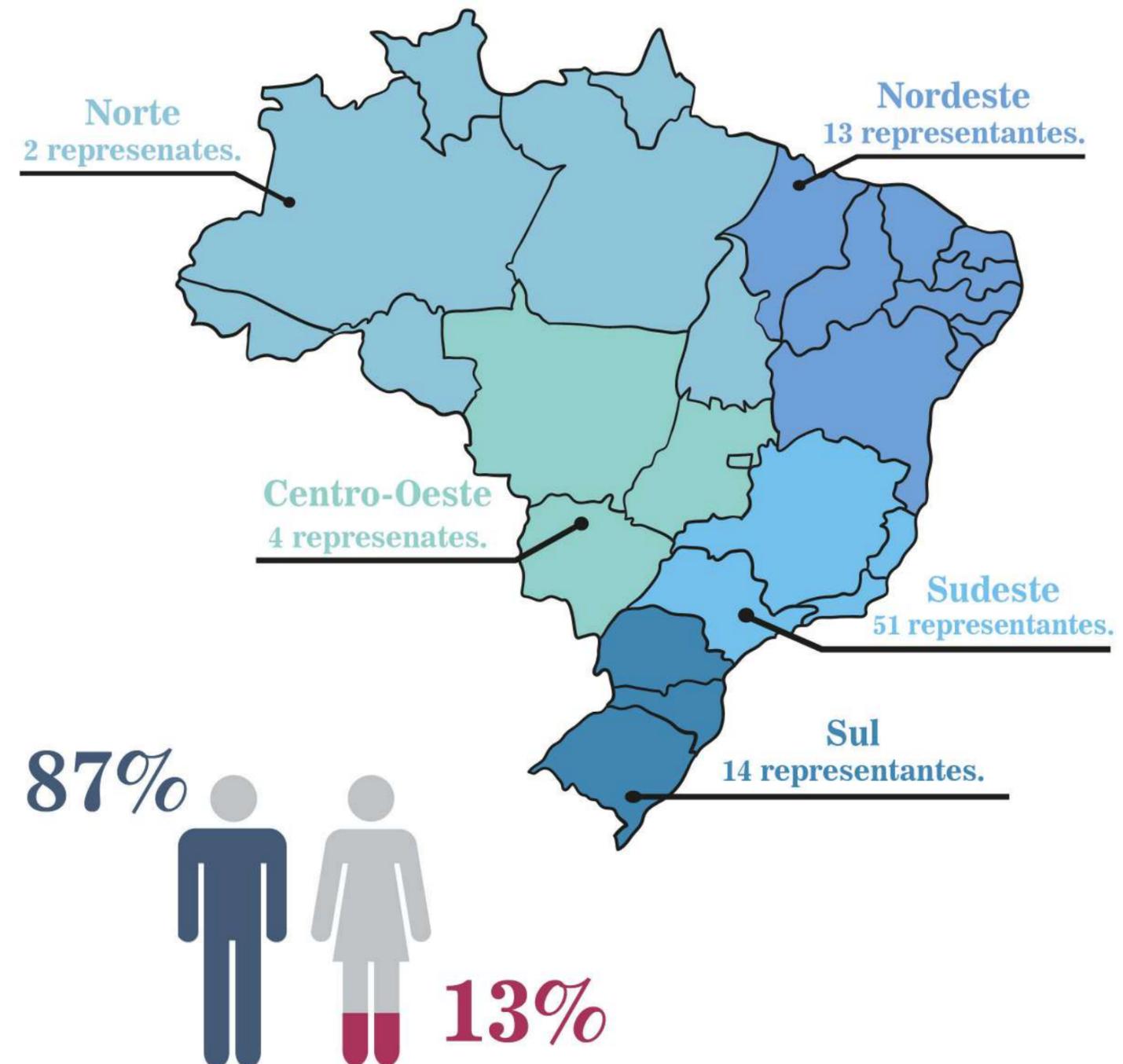
2.2 Representantes

A MN Tecidos entende que seus representantes comerciais são fundamentais para o crescimento da empresa. Pensando nisso, desenvolvemos a partir de 2019, estratégias para dar suporte e estar mais próximos desses parceiros que estão distribuídos por todo o país representando nossa empresa.

Uma estratégia que se mostrou muito eficaz foi a reestruturação da Convenção Nacional de Vendas para contemplar o lançamento de novas coleções, apresentando produtos que são ou serão tendência nas próximas estações. Estes encontros ocorreram duas vezes em 2019, na cidade sede da empresa. Foram uma boa oportunidade para esclarecer dúvidas e manter os representantes conectados com as novas estratégias. O primeiro encontro aconteceu em janeiro e teve como diferencial a exposição de conteúdo motivacional, além do técnico. A segunda convenção ocorreu em setembro e coincidiu com o

lançamento da coleção de outono/inverno 2020. Desta forma foi possível alcançar nossos objetivos de criar maior integração entre as equipes de produtos, vendas e representações, bem como solidificar a parceria da MN com seus representantes. Outra estratégia muito importante voltada aos representantes comerciais foi a iniciativa de formalizar nossa relação através de contratos de prestação de serviços a partir de maio de 2018 – Atualmente 70% dos nossos representantes estão registrados no CORE, órgão que regula a profissão, e já possuem contrato regular com a MN. Tal medida veio de encontro com a nova política da MN que visa cada vez mais manter a transparência nas tratativas com seus parceiros, clientes e fornecedores. Além disso, a formalização contratual traz mais segurança para todas as partes envolvidas, pois está embasada no que preconiza a legislação brasileira.

Média de tempo de casa:
72% estão há mais de 4 anos na MN.



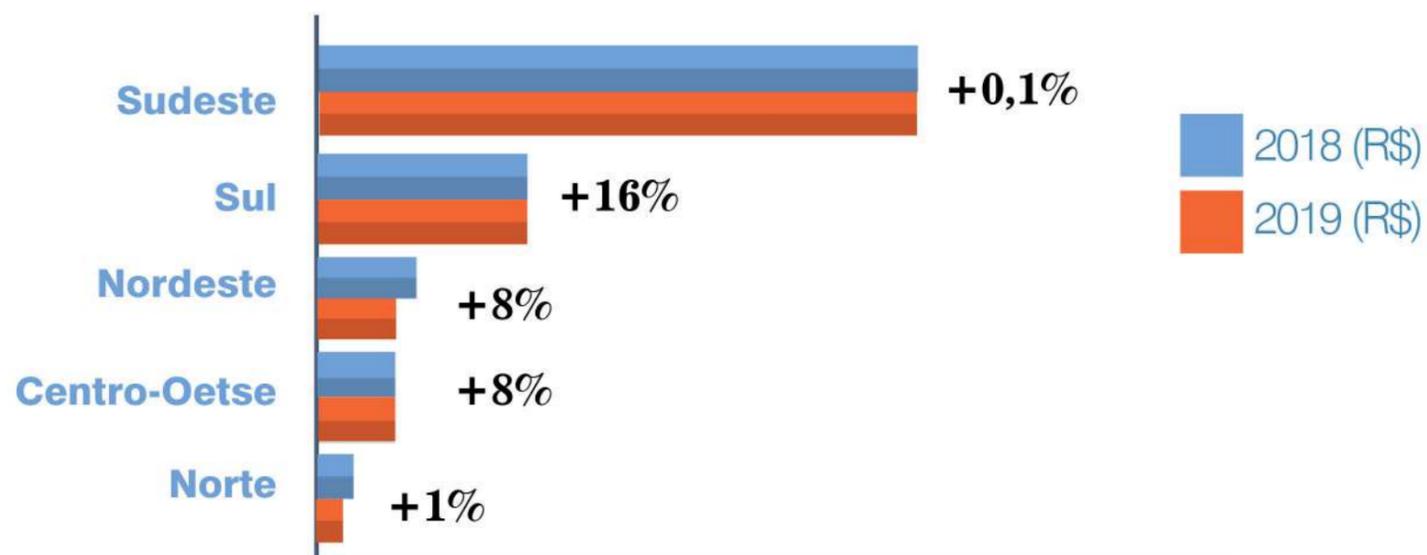
2.3 Clientes

Todos nós, mesmo aqueles que não estão diretamente envolvidos nas vendas, trabalham pelo nosso cliente. Ele é o motor da nossa empresa e, por isso, a prioridade absoluta.

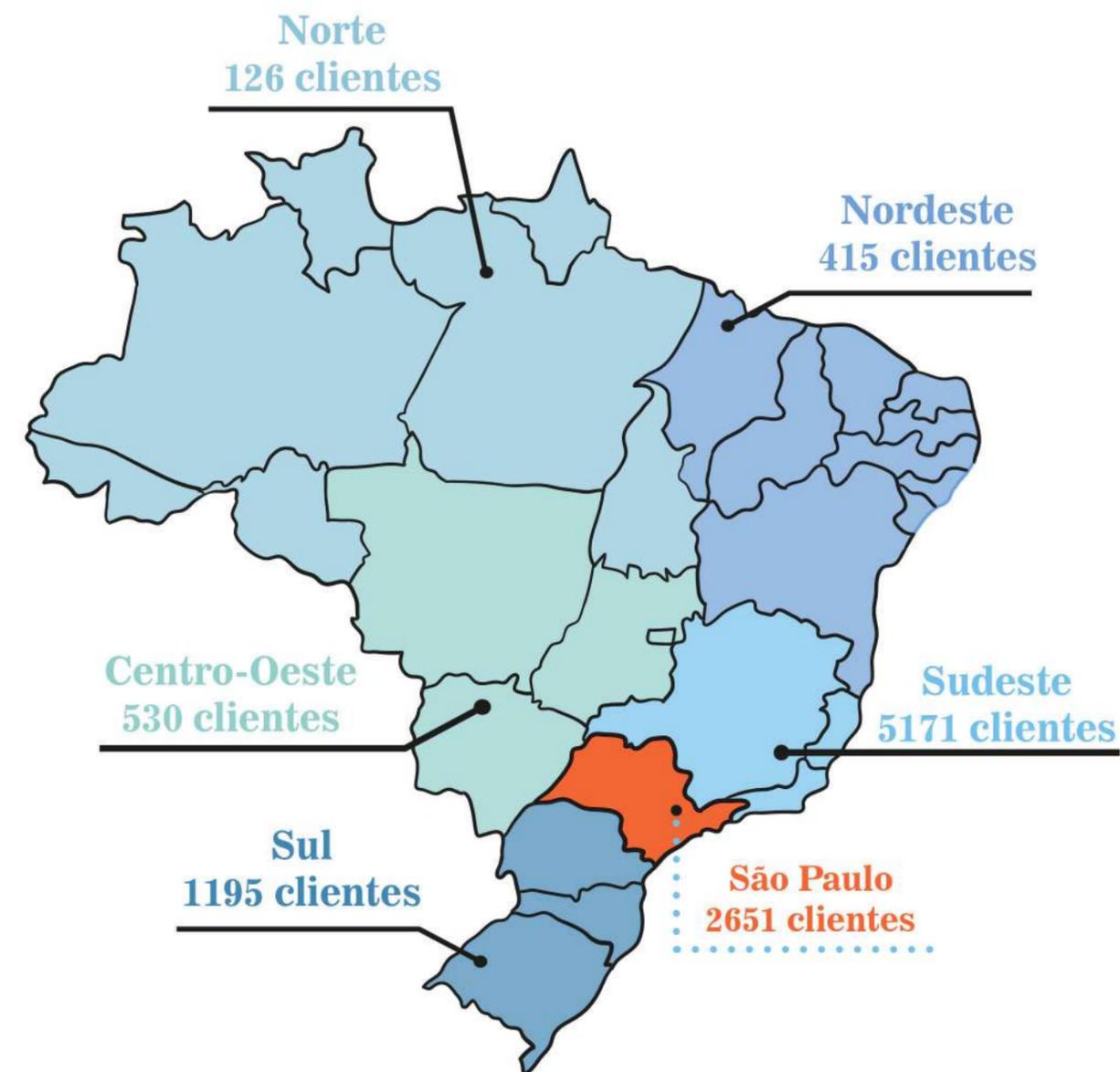
Principais Clientes Diretos:



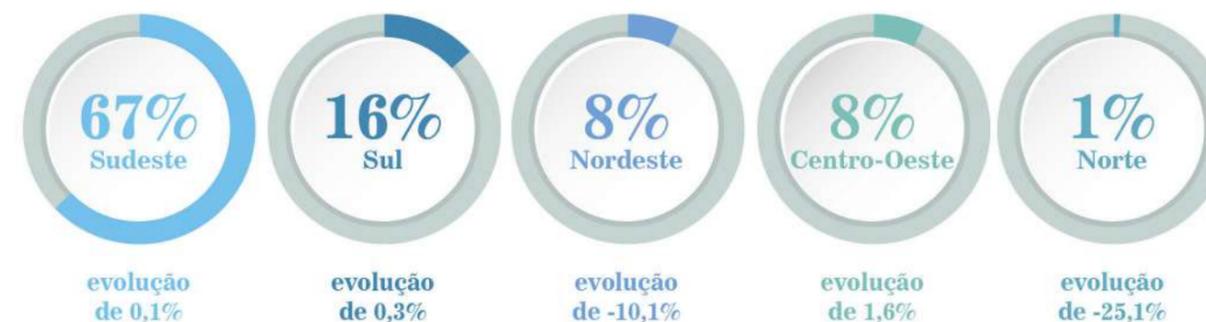
Principais Clientes Indiretos:



Total de clientes ativos em 2019 : **7.437**



Representatividade regional:



2.4 Fornecedores

Ao longo de 2019 trabalhamos com o total de 112 fornecedores brasileiros, sendo 55% deles concentrados no estado de São Paulo. Também estabelecemos relações comerciais com 57 fornecedores internacionais, sendo 71% deles localizados na China.

Enxergamos nossos fornecedores como parceiros e buscamos desenvolver um relacionamento de longo prazo com eles. Neste ano, demandamos de alguns fornecedores nacionais o desenvolvimento de produtos têxteis personalizados, com definições técnicas, de design e preço estabelecidas pela nossa equipe interna de desenvolvimento de produto. Esta estratégia nos possibilitou ofertar produtos diferenciados e exclusivos aos nossos clientes.

Em 2019, três marcas fornecedoras (Doptex, 3M e Santanense) realizaram campanhas dentro da MN para incentivar as vendas de seus produtos. As campanhas foram divididas ao longo dos trimes-

tes e tinham como objetivo premiar o vendedor que apresentasse maior crescimento das vendas em determinados produtos das marcas. Aos vencedores foram ofertados: viagens com acompanhantes, valores em dinheiro (cartão premiação) e bens de consumo (TV, celular e notebook). As campanhas tiveram sucesso e de fato impulsionaram as vendas em até 241%.

Em relação aos fornecedores internacionais, avançamos na garantia o controle de qualidade dos produtos comprados. Em 2019 contratamos um colaborador que fica alocado na China e tem como função pesquisar e acompanhar os processos dos produtos comprados. Nosso objetivo é qualificar os itens adquiridos e garantir que os processos produtivos estejam aderentes a legislação local.

Fornecedores Nacionais

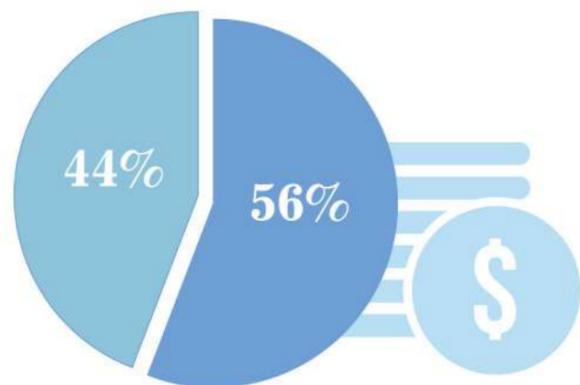


Fornecedores Internacionais

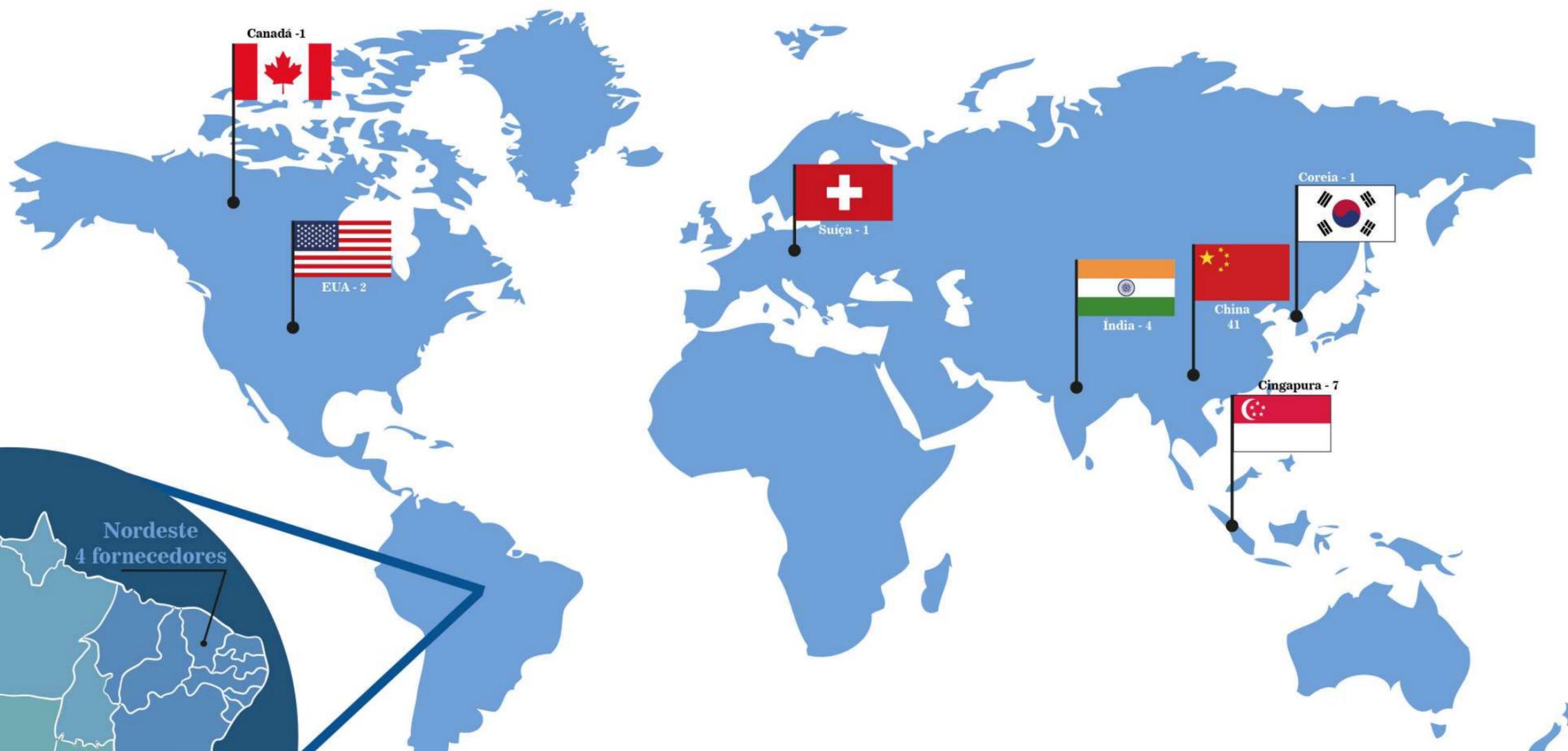


2.4 Fornecedores

Origem da compra



■ Internacional
■ Nacional



2.5 Nossas Causas e Compromissos

Somos uma empresa com causas e compromissos sociais. Entenda os temas que nos movem:

Cadeia de valor responsável: Reconhecemos a criticidade do setor têxtil para as questões socioambientais. Por isso, constantemente estamos aprimorando nossas operações e aumentando as exigências em relação aos nossos fornecedores. Desde 2011, ano seguinte da criação do programa, somos uma empresa certificada pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX). Anualmente, a ABVTEX monitora e audita nossas operações validando nosso compromisso com a ética nas relações de trabalho e com as questões de saúde e segurança dos nossos colaboradores. Para saber mais:

<https://www.abvtex.org.br/>



Assistência Social: Entendemos que as empresas devem ser parceiras de organizações da sociedade civil e do poder público no amparo a pessoas nas mais diversas situações de vulnerabilidade social. Repassamos voluntariamente recursos financeiros e não financeiros para projetos sociais comprometidos com a transformação social. Além disso, realizamos atividades de voluntariado envolvendo nossos colaboradores e participamos da Campanha do Agasalho do Fundo Social São Paulo. Em 2019, por meio do esforço dos nossos colaboradores, arrecadamos mais de 200 peças de roupa para doação. Além disso, realizamos a doação de mais de 600 cobertores novos a instituições que repassam para famílias em situação de vulnerabilidade.

Igualdade de gênero: Garantir e fomentar a equidade de gênero no ambiente de trabalho tem sido um de nossos objetivos. Por reconhecer a relevância desse tema, a MN Tecidos, de maneira pioneira no setor, aderiu aos Princípios de Empoderamento das Mulheres (Women's Empowerment Principles – WEPs) propostos pela ONU Mulheres e pelo Pacto Global das Nações Unidas (ONU). Estamos comprometidos com o tratamento equitativo entre homens e mulheres e com a sensibilização sobre a importância do papel dos nossos colaboradores nesse processo. Conheça mais: <https://www.empowerwomen.org/en/weps/about>



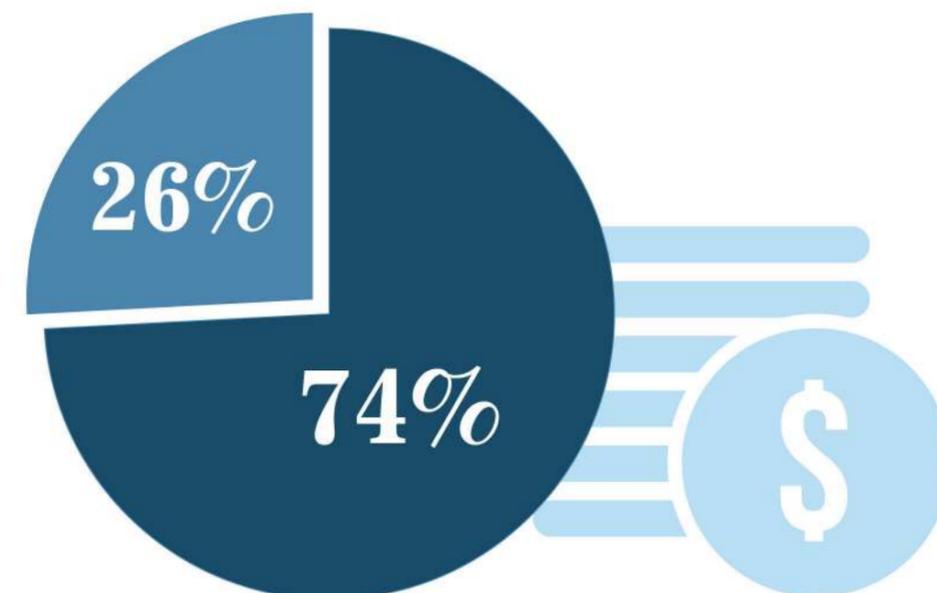
Esporte: Investimos em projetos esportivos na região da zona leste de São Paulo com o objetivo de promover inclusão social. Acreditamos que o esporte é uma ferramenta educativa que desenvolve importantes habilidades físicas, cognitivas e socioemocionais principalmente entre as camadas mais jovens da população. Por meio das leis de incentivo fiscal, apoiamos um projeto que leva oportunidade e cidadania para além das quadras. Conheça o projeto apoiado pela MN Tecidos: <http://www.ipbrasil.org/cruyff-court.html>

Cultura: Apoiamos manifestações culturais desenvolvidas na e para periferia. Entendemos que para transformar histórias de vida é necessário fomentar oportunidades e perspectivas diversas nos territórios. Por isso, utilizamos as leis de incentivo fiscal para suportar produções culturais e jornalísticas das periferias. Atualmente somos parceiros da produtora Suburbano Convicto e da escola de Jornalismo “É Nois”, importantes entidades que impulsionam jovens da periferia na produção de literatura, música e conteúdo crítico. Conheça mais em: <http://premiosuburbanoconvicto.com.br/> e <https://enoisconteudo.com.br/>

2.4 Nossas Causas e Compromissos

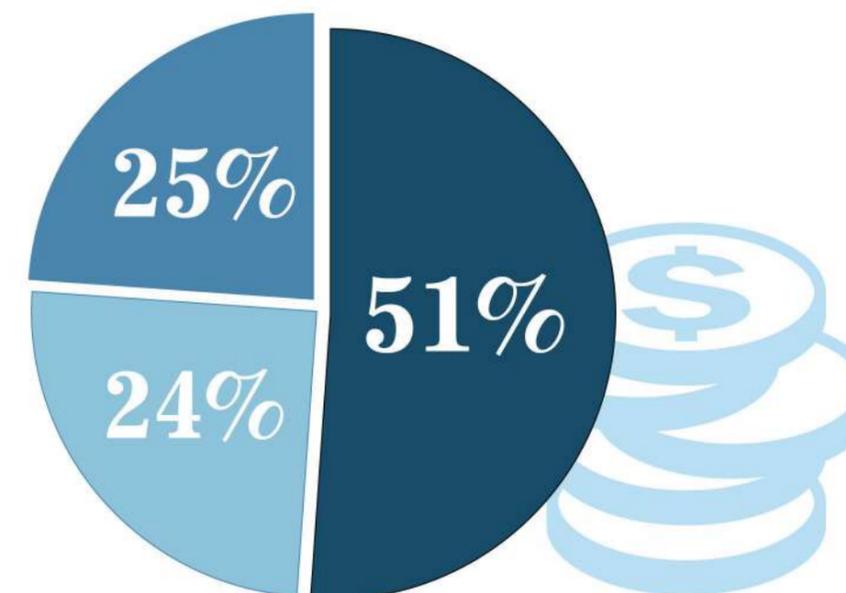
- Esporte
- Cultura
- Assistência Social

Origem da verba investida



■ Verba Incentivada
■ Verba Própria

Destino da verba Investida



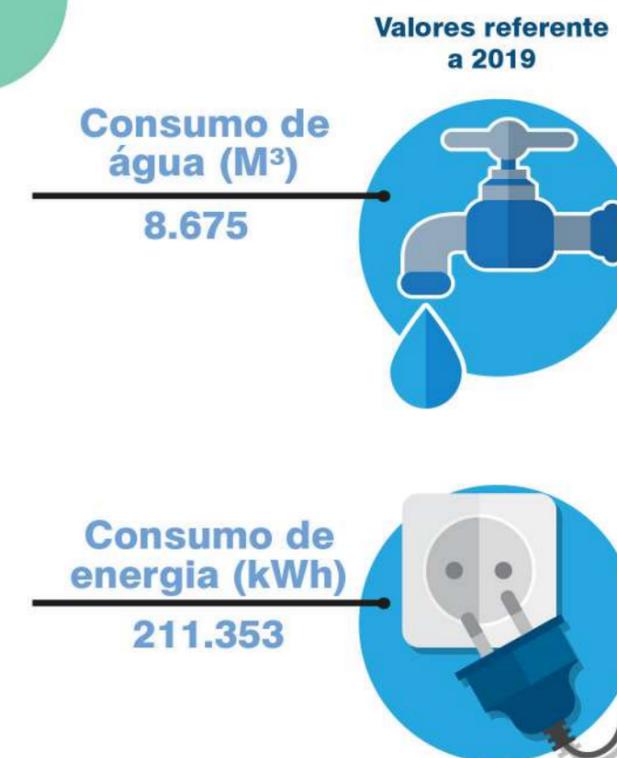
■ Cultura
■ Assistência Social
■ Esporte

	Esporte	Cultura	Assistência Social	Total
Qtd projetos Incentivados	01	02	02	05
Verba Própria	0	R\$1.573,38	R\$30.920,41	R\$32.493,79
Verba Incentivada	R\$30.163,18	R\$62.088,69	0	R\$92.251,87
Total	R\$30.163,18	R\$63.662,07	R\$30.920,41	R\$124.745,66

2.5 Sustentabilidade Ambiental

Questões ambientais, como a degradação de recursos naturais e da biodiversidade, vêm desafiando às empresas para estabelecerem modelos de gestão e produção capazes de equilibrar desenvolvimento e preservação da natureza. Reconhecemos que nossos esforços nessa frente são embrionários e precisam avançar na urgência que o tema demanda. Ao longo de 2019 realizamos:

- Campanha para diminuição do uso de copos descartáveis. Todos os colaboradores receberam copos duráveis para a utilização no dia a dia.
- Controle para evitar a impressão de folhas desnecessárias. Implantamos um sistema de senha que nos permite monitorar a utilização da impressora.
- Priorização fornecedores que produzem caixas, tubos de papelão e plásticos exclusivamente a partir de processos de reciclagem.
- Destinação adequada de todos os nossos resíduos
- Monitoramento do consumo de água e energia de todos os nossos polos:



Nosso maior consumo de água está no armazém localizado no Rio de Janeiro - com média de 552m³ - e no prédio da Carlos Botelho - média de 3.019 kWh.

3. Inovação em Gestão e Processos

Neste capítulo apresentamos as mudanças de gestão, tecnológicas, administrativas e estruturais que foram realizadas em 2019 e que estão trazendo melhorias para a nossa maneira de fazer negócios e benefícios e bem-estar aos nossos colaboradores.

3.1. Cultura

Desde 2018, estamos fazendo profundas transformações em nosso jeito de trabalhar, o que tem reverberado diretamente na cultura e no clima organizacional. Se por um lado, conseguimos estabelecer um modo mais criativo e leve de nos relacionar, por outro, alguns temas como fofocas e cumprimento de regras ainda se apresentavam bastante críticos. Em 2019, sentimos que era o momento de construir e difundir o conjunto de valores, crenças e atitudes que queremos praticar cotidianamente em todas as nossas relações. Para isso, mergulhamos no universo de temas relacionados a cultura corporativa e elaboramos uma estratégia para melhorar nossas interações profissionais e fortalecer nossa identidade corporativa.

Em janeiro, a diretoria definiu os sete valores da MN Tecidos e estabeleceu algumas orientações de comportamento. A partir de um trabalho coletivo para desvelar a essência da empresa foram definidos os princípios norteadores das atitudes e decisões praticadas. Em seguida, esse material foi validado com os demais gestores da empresa, que por meio de um workshop, trouxeram contribuições e sugestões de ajustes. Depois da criação do material gráfico, fizemos um grande lançamento da nova cultura corporativa em todos os nossos polos de trabalho, com a presença da diretoria para reiterar o compromisso e a importância do tema. Ao longo de junho, seguimos trabalhando a nova cultura com os colaboradores através de um aprofundamento online. Semanalmente, todos receberam vídeos explicativos e textos complementares para colocar na prática os setes valores da MN Tecidos. Para conhecer mais sobre a nossa cultura, acesse: <https://documentcloud.adobe.com/link/track?uri=urn%3Aaid%3Ausc%3AUS%3Ac06bdb9e-ed33-4550-9d3e-7ed97d7b1944>

3.1 Cultura

Dando continuidade a esse processo, no segundo semestre de 2019 contamos com o auxílio de uma consultoria externa para trabalharmos a definição da nossa missão, visão. Após um profundo trabalho de imersão em nossos desafios e entrevistas na empresa toda, a consultoria propôs um dia de atividades entre os gestores para a construção dos enunciados de missão e visão. Coletivamente, conseguimos desvelar o sentido da existência da MN e definir o que queremos para o futuro. Nossa missão e visão será divulgada e trabalhada com todos os colaboradores em 2020.



3.1 Cultura

Outra importante frente de trabalho relacionada a cultura corporativa é a realização de atividades comemorativas, de integração e reflexivas ao longo do ano com nossos colaboradores. Entendemos que essas ações são importantes tanto para resgatar a amizade e o respeito entre as pessoas, e portanto, construir atmosfera seja mais humanizada, quanto para fomentar consciência sobre temas relevantes.

Em 2018, criamos uma Comissão de Eventos responsável pela organização dos eventos comemorativos da MN e pela execução das campanhas ligadas a área de responsabilidade social. Essa comissão se renova a cada dois anos, sendo formada por 6 ou 7 colaboradores voluntários, representando os vários setores da empresa para que possamos juntos disseminar os eventos e conseguir maior integração. Este grupo se reúne mensalmente, trazendo ideias e novas propostas para que cada ano na MN seja diferente e especial no âmbito social.

Veja na sequência as campanhas de responsabilidade social e os eventos comemorativos realizados em 2019:

**08
MAR**

Dia da mulher:

Trabalhamos com os colaboradores o sentido histórico da data e os temas relacionados a desigualdade de gênero.

Preparamos e distribuimos uma cartilha sobre violência contra mulher; divulgamos a história de mulheres importantes para o desenvolvimento da ciência, arte e economia; divulgamos a história de lutas e conquistas de algumas colaboradoras que estão conosco há bastante tempo; realizamos três sessões de cinema, seguidas de roda de conversa sobre o documentário da ONU Mulheres “Precisamos falar com os homens? Uma jornada pela igualdade de gênero”; Assinamos o compromisso voluntário corporativo WEPS (do inglês – princípios para empoderamento feminino)

**18
ABR**

Páscoa:

oferecemos a cada colaborador uma caixa de bombom como lembrança de páscoa, para ressaltar a importância deles para a MN.

**13
ABR**

Abril Esportivo:

Procuramos incentivar a atividade física como meio de integração, saúde e também de união em equipe. No dia 13 de abril de 2019, foi realizado o primeiro torneio de futebol masculino e feminino, evento esportivo que foi sucesso no Rio de Janeiro;

**14
JUN**

Festa Junina:

Aproveitamos para nos confraternizarmos com uma festa que faz parte da história brasileira, além de decorações criativas, promovemos uma pequena celebração em todos os polos de trabalho. Tivemos neste ano uma mesa com comidas típicas organizada comunitariamente, além de um trio de forró feminino para animar nossa tarde

**13
SET**

Setembro Amarelo:

Divulgamos conteúdo relacionado a depressão, saúde mental e prevenção ao suicídio. Além disso, realizamos uma palestra no horário de trabalho com médico especialista no tema para mitigar medos e preconceitos, além de ampliar a compreensão sobre o tema.

**12
OUT**

Dia das crianças:

Presenteamos todos os filhos dos nossos colaboradores com idade entre 0 e 12 anos com brinquedos educativos com o objetivo de contribuir para que as famílias tenham um momento agradável e lúdico no dia 12 de outubro. Foi incrível ver a alegria das crianças e a satisfação dos pais com a lembrança.

**18
OUT**

Outubro Rosa:

Divulgamos conteúdo informativo sobre prevenção e tratamento de câncer de mama e realizamos o dia do rosa, em que os colaboradores foram convidados a vestir rosa para chamar atenção para causa.

**08
NOV**

Novembro azul:

Divulgamos conteúdo informativo sobre prevenção e tratamento de câncer de próstata e realizamos o dia do azul, em que os colaboradores foram convidados a vestir azul para chamar atenção para causa.

**19
NOV**

Consciência negra:

Construímos um grupo de estudo para questões relacionadas ao preconceito e discriminação racial. Composto por quatro pessoas, este grupo se reuniu por 4 semanas para preparar uma atividade reflexiva para demais colaboradores. A partir de temas relacionados a história do Brasil, cultura negra, expressões preconceituosas, o grupo desenvolveu duas rodas de conversa.

**06
DEZ**

Fim de ano:

Este é um momento especial para nós, em que nos dedicamos para preparar uma grande comemoração para fechar nosso ano de trabalho. Em 2019 realizamos uma grande festa com temática árabe que agradou a todos, dada a beleza do visual e animação contagiante dos dançarinos. Vivemos momentos realmente de alegria e divertimento. Essa é a nossa forma de agradecer e o nosso presente de fim de ano aos colaboradores. Nossa intenção é o ferecer momentos felizes de descontração que ficarão guardados na memória de cada um, ao final de um ano de dedicação e trabalho intensos.

3.2 Tecnologia

A transformação digital foi uma das frentes prioritárias em nossa estratégia de desenvolvimento e crescimento ao longo de 2019. Investimos recursos e esforços em diferentes tecnologias digitais para aumentar a eficiência e a segurança de nossas operações, reduzir custos e trazer mais robustez e agilidade às decisões. Podemos destacar as seguintes realizações de 2019:

Nossa equipe interna de especialistas trabalhou em conjunto com consultores externos para desenvolver soluções customizadas às necessidades das diversas áreas e para construir uma interface de fácil utilização. Ao longo de todo o processo, enfrentamos desafios relacionados à interação dos dados nas diversas áreas e ao acultramento dos usuários. Para superá-los, foi necessário também iniciar a implementação de uma cultura de inovação que promova a experimentação, e o compartilhamento de informações de maneira a reduzir a burocracia e o trabalho operacional.

Ao longo do primeiro semestre de 2019 foram ministrados diversos treinamentos específicos para as áreas com o objetivo de acompanhar e dar suporte aos colaboradores na transição dos sistemas. Foram também realizadas simulações de migração com base de dados nas áreas afetadas, com intenso acompanhamento para ajustes operacionais.

Já começamos a nos beneficiar de todo o processo de Transformação Digital, que continuará nos próximos anos: a redução da burocracia e a integração das informações são exemplos de vantagens em nossos processos produtivos. Certamente ajustes e melhorias serão sempre importantes para suportar nosso crescimento.

A

A substituição do nosso antigo sistema operacional por um sistema mais ágil e moderno.

B

A criação de um portal online para colaboradores e representantes com o objetivo de suportar as decisões comerciais, financeiras, de compras, estoque, administração de preços, pedidos e comissões.

C

A criação de um sistema de Planejamento e Controle da Produção para os projetos do departamento hospitalar e confeccionados.

3.3 Produção

A reestruturação do nosso departamento de produtos foi uma das nossas prioridades ao longo de 2019. Em um país como o Brasil, composto por múltiplas regiões culturalmente diferenciadas, a velocidade do nosso desempenho é fundamental para garantir nossa competitividade. Por isso, reestruturamos completamente nosso modo de trabalho nessa frente.

Em primeiro lugar, **trouxemos do mercado um time de designers inovadores** para desenvolver produtos têxteis a partir de pesquisas internacionais e de conhecimento sobre as preferências e dinâmicas do mercado brasileiro. Além do acompanhamento diário do mercado da moda, em 2019, esta equipe realizou uma viagem internacional que contemplou visitas às cidades de Paris, Londres, Barcelona e Shanghai. Nesta oportunidade, aprofundamos as pesquisas de tendências em eventos como Premiere Vision e fortalecemos parcerias com fornecedores internacionais nas feiras Texworld e Intertextile.

Concomitantemente, **criamos nossa própria estamparia digital** por sublimação, que abriu um horizonte de possibilidades. Trouxemos máquinas capazes de produzir imagens em alta definição e sem limitação de cores, o que nos possibilitou desenvolver com rapidez as mais diversas combinações de elementos e colorações nos tecidos. A implantação da estamparia tem nos dado a capacidade de acompanhar as ágeis tendências mundiais de moda e atender o cliente na sua necessidade específica.

No segundo semestre de 2019, **estruturamos um departamento de amostras e um laboratório têxtil**, também com intuito de aperfeiçoar nossa capacidade produtiva. O departamento de amostras tem a responsabilidade de montar o material de mostruário de todos os tecidos que comercializamos. Essas amostras são posteriormente distribuídas a os nossos representantes em todo país. Já o nosso laboratório está focado no controle de qualidade dos tecidos. Por meio dele, podemos analisar o tecido desde a sua construção, passando pelas etapas de coloração até o acabamento. Esse conjunto de análises também nos ajudam no monitoramento junto aos nossos fornecedores dos critérios técnicos de nossos produtos, o que conseqüentemente nos permite um melhor atendimento ao cliente.

3.4 Comercial

Em abril de 2019, a equipe comercial passou por uma grande mudança na forma de operar. Anteriormente, toda a gestão dos processos de desenvolvimento de produto, compra e venda estava centralizada em um único gestor. Verificamos que este modelo estava ocasionando lentidão, desfalque nos estoques e quebra de qualidade, assim atuamos para reestruturá-lo.

Atualmente, a responsabilidade sobre esses processos está atribuída a três equipes e três gestores diferentes. Esta divisão permitiu que cada área tivesse mais foco e atuasse com mais eficiência na prevenção e resolução de

problemas. A equipe de compras está concentrada em viabilizar os custos e coordenar o estoque, enquanto que a equipe de pesquisa e desenvolvimento do produto está focada na criação e divulgação de produtos.

A equipe de vendas, por sua vez, ficou estruturada para se relacionar com o cliente de forma mais próxima e promover à empresa novos canais e desafios. A equipe foi ampliada com a formação de uma nova gerência. Toda essa reestruturação trouxe uma maior necessidade de diálogos e conexão inter e intra áreas para que o cliente pudesse ser atendido da melhor forma possível.

4. Desempenho dos Negócios e Financeiro

Neste capítulo serão apresentados as estratégias adotadas para 2019, bem como, as realizações da MN alcançadas no ano que passou.

4.1 Estratégias e Realizações

O direcionamento para 2019 foi atingir 10% de crescimento sobre 2018, porém o ano foi desafiador para a MN, tendo em vista stakeholders conservadores frente à nova presidência, implantação de novos sistemas, mudanças na direção comercial e vendas do comércio em ritmo lento. Contudo, nos mantivemos no mesmo patamar de 2018, com queda de apenas -1,1%.



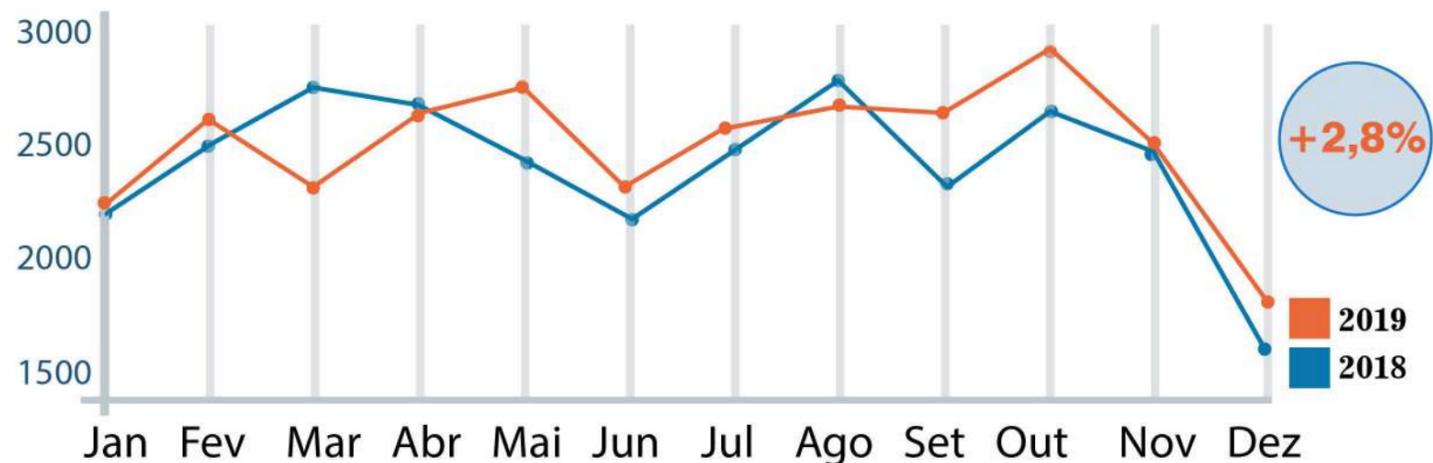
Evolução dos segmentos em valor



Evolução dos segmentos em volume



Evolução de clientes ativos



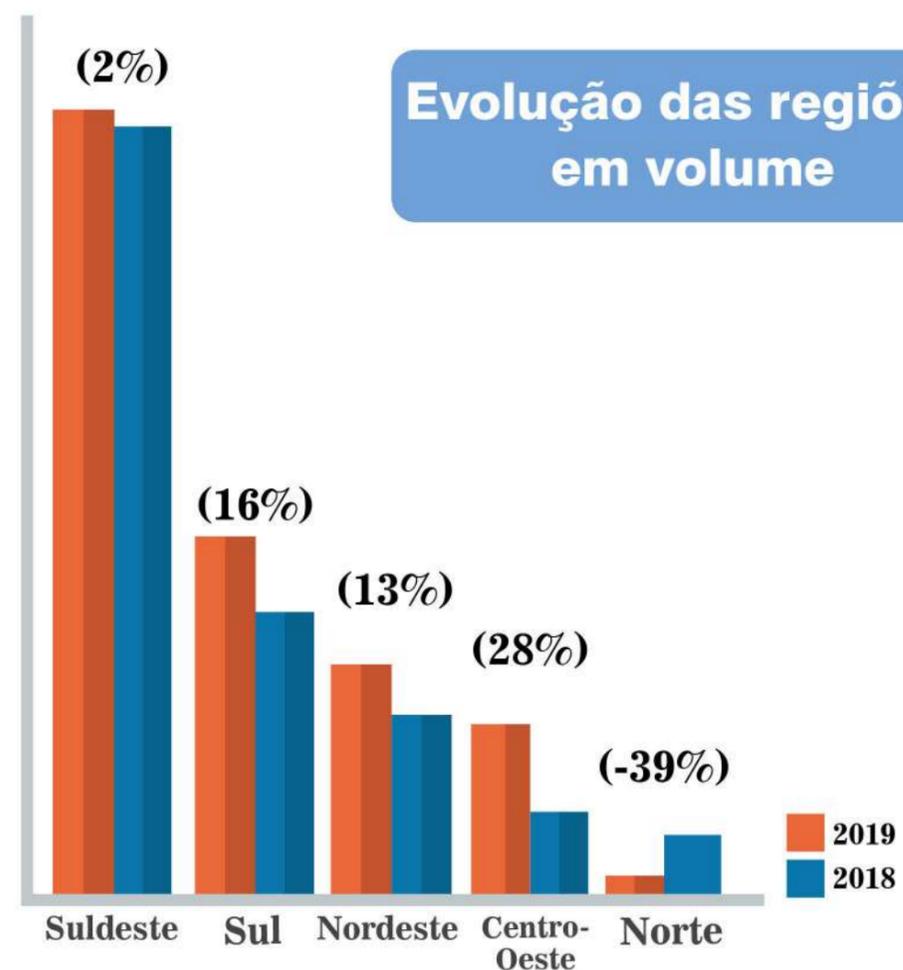
Tivemos um crescimento considerável em metros vendidos. Isso quer dizer que estamos vendendo de forma concentrada em produtos com menor valor agregado, a fim de renovar o estoque com mercadorias de alta qualidade. Aumentamos nossa carteira de clientes em 1% e produtos em 16%.

Mesmo dentro de um ambiente macroeconômico desafiador com o PIB crescendo abaixo de 1%, com quase 13 milhões de desempregados e taxas de inadimplência batendo recordes, continuamos fechando negócios desafiadores, gerando empregos e nos preparando para dias melhores.

Evolução de produtos em quantidade



Evolução das regiões em volume



5. Compromissos para 2020

Conheça as estratégias para o ano de 2020 que darão continuidade a esta caminhada de transformações e crescimento para a MN Tecidos e seus colaboradores, representantes, fornecedores, parceiros e sociedade.

5.1 Principais estratégias e metas

O ano de 2020 é especial, comemoramos 35 anos de história! Para operar de acordo com nossas crenças e atingir os conceitos de sustentabilidade, a MN Tecidos definiu metas ambiciosas em diversas áreas. São elas:

Crescer 10% em faturamento em relação 2019

1

Criação da áreas de Gestão de Pessoas.

2

Entrar em novo negócio: Licitação

3

Atingir ao menos 10 mil seguidores no Instagram

4

Criar e acompanhar indicadores de satisfação de clientes

5

Lançar uma linha de produtos sustentável

6

Crescimento de 30% nas área de Confeccionados em relação a 2019

7

Ampliar o apoio a iniciativas sociais nas regiões do Brás (SP) e de Duque de Caxias (RJ)

8

Redução e otimização das despesas operacionais em 5% em relação ao valor absoluto 2019

9

Fortalecer nossa cultura corporativa, reforçando valores, missão e visão.

10