

REVISTA

# SILICON

AGOSTO 2015

## A era da inovação

Martha Gabriel,  
especialista em marketing digital,  
fala sobre conexão e criatividade

## Crescer na crise?

Com otimismo e ousadia é possível!

## E mais:

Radar Consistem aponta as novidades  
do setor de tecnologia



CONSISTEM

## É TEMPO DE VOAR AINDA MAIS ALTO!

Ter visão de tudo é saber que o céu é o limite. É ousar, criar e inovar. Buscar novas soluções para resolver problemas que surgem o tempo todo.

Esse é o posicionamento da Consistem. Em um cenário desfavorável, com economia enfraquecida, a empresa optou pelo otimismo e pela ação.

Crises, para nós, são situações em que o modelo anterior não funciona e precisa ser modificado. Essa não é a primeira que passamos. Nem será a última. Acreditamos que esse pode ser o momento ideal para alçar voos ainda mais altos, apesar do aviso de turbulência.

Por isso, nesta edição da Revista Silicon, você vai conhecer o que nós, da Consistem, temos feito para driblar a crise e crescer no mercado. Também preparamos uma entrevista exclusiva com a consultora, palestrante e escritora Martha Gabriel, que aborda o tema inovação.

Outra novidade é que, agora, nossa marca está presente nos principais aeroportos e rodovias do país. Nossa nova campanha de marketing é uma das ações desenvolvidas com o intuito de ganhar visibilidade, conquistar credibilidade e ganhar novos mercados. Ou seja, enquanto muitos optam por apertar os cintos, nós resolvemos investir.

E você? O que tem feito para que sua empresa decole, mesmo diante das turbulências?

Aproveite nossas dicas e boa leitura!



Laureci Sabel  
Diretor da Consistem



consistem.com.br



company/consistem-sistemas-ltda/



consistem



consistem



consistem

A revista Silicon é uma publicação trimestral da Consistem Sistemas.

Diretor Responsável: César Ricardo Sabel.

Redação: Entrelinhas Assessoria em Comunicação.

Direção de Arte: KWB Comunicação Ltda.

Tiragem: 2.500 exemplares/divulgação Web.

Fotos e ilustrações: Arquivo Consistem/Shutterstock.

# ÍNDICE

3

OS DESAFIOS DA GESTÃO NO SEGMENTO TÊXTIL		4
--	--	---

COMO DRIBLAR A CRISE?



6

	CAPA <b>Inovar é preciso!</b>	8
--	----------------------------------	---

PROGRAMA DE MENTORING  
APRESENTA BONS RESULTADOS

11

RADAR CONSISTEM



12

## E MAIS...

DICAS DE LIVROS.....	13
APONTAMENTOS: fortes aliados da produção.....	14
TRAPP: líder no mercado de cortadores de grama.....	15

SISTEMAS

# OS DESAFIOS DA GESTÃO NO SEGMENTO TÊXTIL

## Software voltado ao setor precisa estar em sintonia com a complexidade do negócio

O cenário competitivo no qual as indústrias têxteis estão inseridas transformou as operações e as formas como eram consideradas as abordagens estratégicas do setor nos últimos anos. Os parques fabris estão, cada vez mais, equipados com tecnologias avançadas e que atendam ao conceito de sustentabilidade. Os resultados são tecidos inteligentes, tecnologias globalizadas de gestão da produção, maior atenção ao desenvolvimento humano e olhar aguçado para um consumidor exigente e cauteloso.

As obrigatoriedades fiscais também estão se ampliando, como acontece com o Registro de Controle da Produção e do Estoque, que será exigido mensalmente a partir de janeiro de 2016. *“Hoje, torna-se imprescindível para as organizações o desenvolvimento de habilidades para lidar com essas mudanças e permitir tomadas de decisão efetivas que sejam convertidas em resultados positivos no curto e longo prazo. Alguns fatores, como custos logísticos, aspectos tributários e gestão de operações, impactam diretamente no valor do produto para o consumidor”,* comenta o consultor de implantação de ERP Têxtil Consistem, Evandro Amaral.





# 5

Segundo ele, a Consistem atua com ERP para o setor têxtil há 29 anos, fornecendo um software de gestão especializado para o segmento e mantendo a preocupação no constante desenvolvimento do produto para se adequar aos desafios do mercado. Com uma estrutura ampla, boa adaptabilidade aos diferentes portes de organizações e alta velocidade de processamento, o software Consistem permite melhoria de performance com um planejamento integrado de operações.

O sistema de planejamento da produção, por exemplo, torna possível a minimização dos estoques, otimização de recursos operacionais e resulta em efetividade no atendimento de pedidos. Através da análise das necessidades de vendas, realizando comparativos com os estoques disponíveis e itens em elaboração, o sistema viabiliza a elaboração da melhor estratégia para definição dos fluxos para o atendimento do pedido. *“O advento dessa tecnologia resulta em maior satisfação dos clientes com ganhos expressivos de produtividade e entregas”,* destaca.

Isso porque a necessidade de produção é quantificada de forma clara, possibilitando a geração de ordens para produção de forma simples, diminuindo a carga de análise do PPCP e melhorando o desempenho da fábrica. *“Aliado ao sistema de planejamento, o apontamento de ‘fase a fase’ permite, em tempo real, a rastreabilidade dos pedidos no processo produtivo, permitindo agilidade na tomada de decisão”,* enfatiza.

Outro grande desafio das empresas têxteis é a adaptabilidade às variações de demanda e a capacidade instalada, que podem resultar em grande acúmulo de estoques intermediários e aumento dos custos logísticos, prejudicando a rentabilidade do negócio. *“O acúmulo de estoques é um risco que compromete o giro financeiro das empresas. Em geral, os artigos de malha são perecíveis, pois quando saem de coleção acabam sendo comercializados por valores menores até que o próprio custo de produção”,* comenta o especialista.

Diante desse cenário, uma das estratégias mais usadas para a redução do custo operacional é a terceirização. Por isso, o software desenvolvido pela Consistem conta com um módulo de terceirização que permite a gestão das operações, identificando claramente os insumos enviados para cada prestador de serviço, bem como os itens produzidos, inclusive, com o acompanhamento dos prazos de retorno e custos.

Vale lembrar ainda que o software de gestão precisa estar preparado para atender aos requisitos da nova obrigatoriedade fiscal relacionada aos registros do Bloco K, componente integrante do SPED Fiscal que será exigido a partir de janeiro de 2016. *“A entrega desse registro somente será possível através de operações claras e bem definidas. A utilização de um software que comporte todas as operações do negócio possibilita um diferencial no momento de declarar essa obrigatoriedade”,* conclui.



# COMO DRIBLAR A CRISE?

## Diante das turbulências no cenário econômico é preciso inovar para crescer

Quando a palavra crise entra em jogo, os consumidores costumam dar cartão vermelho para os gastos, cortando as despesas supérfluas ou, até mesmo, deixando de comprar certos itens. Com a queda no consumo, as empresas sentem o impacto e precisam reagir de forma criativa e quase imediata.

Nesse contexto, há quem vista a camisa do otimismo. É o caso da Consistem. A empresa, que conta com 29 anos de atuação, já passou por períodos parecidos e a equipe acredita que é possível crescer mesmo em momentos de turbulências. *“O ano de 2015 tem sido o melhor dos últimos quatro. Preferimos enxergar a crise como uma oportunidade. É no momento de crise, por exemplo, que muitas empresas param para refletir sobre seus processos. Assim, nossos produtos e serviços acabam sendo fundamentais para os gestores”*, comenta o diretor comercial da Consistem, Nilo Meinchein.

Até o fim do ano, a Consistem espera crescer cerca de 20% em relação a 2014. Para os próximos cinco anos, essa projeção chega a 60%. As contratações seguem acontecendo e está prevista, ainda, a ampliação da sede, em Jaraguá do Sul, no Norte de Santa Catarina. *“Sou um otimista por natureza. Quem estiver preparado vai crescer”*, enfatiza o diretor da Consistem, Laureci Sabel. *“Este é o momento de colocar a casa em ordem para quando a economia crescer, você estar pronto. É preciso continuar investindo, mas com o pé no chão”*, sugere.

A realidade da Consistem está inserida no bom momento que o setor de Tecnologia da Informação vivencia em Santa Catarina. Pelo menos 1,5 mil postos de trabalho devem ser gerados no estado pelo setor em 2015, segundo dados de levantamento realizado pelo programa Geração TEC, promovido pelo governo catarinense. Com base neles, o Estado pretende ampliar a oferta de cursos na área de TI, o que deve fomentar a mão de obra qualificada, um dos grandes gargalos do segmento.

### Fortalecimento da marca

O fortalecimento da imagem da marca também tem sido uma ação constante diante do cenário de incertezas. *“Este é o ano que mais estamos investindo em ações de marketing e propaganda. Estamos com campanhas em aeroportos, grandes portais da internet e investimos em um setor de telemarketing”*, destaca Nilo Meinchein.

Outra atitude importante é a de disseminar entre toda a equipe o clima de otimismo. *“Comemoramos cada novo cliente. Tento transmitir a eles o meu pensamento de que sempre saímos fortes da crise. Com criatividade e inovação, é possível se reinventar e crescer”*, conclui Laureci Sabel.

## Cautela é palavra de ordem

A economista Janypher Marcela Inacio lembra que precaução por parte dos empresários é fundamental. *“Faço parte do time dos pessimistas. Creio que, em geral, o ano de 2015 tem sido de apertos e de fortes ajustes”*, alerta.

A especialista orienta que é preciso analisar com cuidado cada passo a ser dado. *“Uma pitada de otimismo é bom ter. Porém, para o empresariado, o momento é de cautela”*, resume.



7

## Dicas para liderar em tempos de crise

A coach Fabiana Koch destaca que o líder precisa se manter motivado e transmitir isso para a equipe. Veja as dicas da especialista para quem quer entrar para o time dos otimistas:

- Empresários e colaboradores devem entender que a crise vai passar. Nada é eterno. Então, a primeira coisa a fazer é aceitar que estamos passando por um momento de instabilidade e entrar em ação.
- O líder tem a obrigação de se manter motivado e de ser resiliente. Se o líder se entregar à negatividade, fica impossível ter, em troca, uma reação positiva da equipe.
- Sabe-se que o otimismo vem sendo comprovado como comportamento que contribui com a superação de

obstáculos e desenvolvimento da resiliência. Tudo é escolha. Escolha se fortalecer e agir!

- O clima de otimismo no ambiente corporativo é fundamental para manutenção da produtividade e estímulo da criatividade. E, em momentos de crise, estimular a criatividade é uma grande sacada.
- O lado positivo da crise é que, literalmente, as pessoas são forçadas a sair da zona de conforto. Isso é muito bom, pois acomodação significa começar a morrer. Morrem ideias, morrem sonhos e morrem oportunidades.
- Aperfeiçoar o que se faz, estimular a criatividade da equipe e ter atitude positiva faz a crise passar mais rápido e ainda faz qualquer negócio ficar fortalecido.



ENTREVISTA

# Inovar é preciso!

Martha Gabriel, especialista em marketing digital, alerta que fórmulas antigas não resolvem os problemas da atualidade

*"Todos os dias, nos deparamos com oportunidades e problemas inéditos e, assim, informações e fórmulas de ontem não resolvem as questões de hoje."* A constatação é de uma das principais autoridades no Brasil quando o assunto é marketing digital, a escritora, consultora e palestrante, Martha Gabriel.

Em entrevista exclusiva concedida para a revista Silicon, a especialista fala sobre a era da inovação. Segundo ela, essa nova onda é pautada na velocidade das mudanças e na facilidade do acesso e compartilhamento de informações. O cenário obriga gestores e equipes a serem cada vez mais criativos em suas empresas. Acompanhe:

**Revista Silicon: Como deve ser o profissional na era da inovação?**

**Martha Gabriel:** As habilidades que aprendíamos na escola até o século passado eram adequadas para a era industrial, mas não dão mais conta do contexto atual. Desse modo, as três principais habilidades que acredito que sejam necessárias no século XXI são: pensamento crítico, criatividade e conexão. A alta velocidade de mudança faz com que precisemos ter pensamento crítico para analisar o que é ameaça e oportunidade. Como a escola tradicional nos ensinava a responder e não a perguntar, precisamos desenvolver essa habilidade para termos sucesso. E para atuarmos nos problemas precisamos de criatividade. No entanto, a criatividade sozinha não resolve nada. Ela precisa ser implementada para ter valor e se tornar inovação. Assim, a habilidade que nos permite inovar é a conexão, tanto com pessoas quanto com novas tecnologias.

*"A habilidade que nos permite inovar é a conexão, tanto com pessoas, quanto com novas tecnologias"*

**RS:** O meio digital amplifica as ações da empresa, sejam elas positivas ou negativas. Então, como os líderes devem pensar suas ações de gestão em meio a este cenário?

**MG:** Antes de usar o digital, que amplifica tudo, é essencial ter um planejamento estratégico, conhecendo o público, o que se deseja com ele e de que recursos a empresa dispõe. Em função disso, conseguimos avaliar quais são as melhores ações a realizar. A dificuldade da gestão no cenário atual, mais complexo e rápido, é que a quantidade de variáveis e a velocidade aumentaram, requerendo que a avaliação do público seja mais frequente e que se trabalhe cada vez mais com colaboração. Assim, acredito que a principal transformação de gestão deve ser manter o foco no essencial e, ao mesmo tempo, entender que o digital não é apenas um meio ou uma ferramenta, mas uma onda que modifica completamente o mercado e requer estratégias mais sofisticadas.

**RS:** Como deve ser pensado o marketing de uma empresa dentro do contexto da era da inovação?

**MG:** Quando vivenciamos mudanças aceleradas como acontece hoje, não é possível planejar com muita antecedência. Além disso, as transformações no comportamento do consumidor – economia da atenção, sobrecarga informacional, hiperconexão, mobilidade e tempo real – deslocam o eixo das necessidades e desejos das pessoas. Assim, além do “back to basics” e colaboração, o marketing tem de lidar com o tempo real, multiplataformas, integração, dados e experiência. Para tanto, nunca foi tão importante entender o consumidor/cliente em cada contexto para fazer parte da atenção e não do ruído na vida dele. Por outro lado, o ambiente atual é riquíssimo em tecnologia e dados que podem, quando bem utilizados, nos auxiliar no desenvolvimento de estratégias. Assim, estratégias que lidam com essas novas questões de forma eficiente começam a ganhar importância, tais como: marketing de conteúdo, marketing de experiência, advocate marketing, marketing sensorial, real time marketing, transmedia, convergência, storytelling, agile marketing, native advertising, branded content, predictive marketing, mídia programática, neuromarketing, data-driven marketing, marketing automation e várias outras.

**RS:** As empresas têm sido maduras em aproveitar o meio digital para promover seus negócios e fortalecer suas próprias marcas?

**MG:** É inegável que as empresas despertaram para o digital e acredito que já existe uma consciência



disseminada de que o futuro está intimamente relacionado ao digital. No entanto, existem empresas em todos os níveis de maturidade, sendo que a grande maioria ainda faz ações digitais isoladas, sem integração estratégica com as demais plataformas. Para conquistar os seus públicos, acredito que a melhor forma é ser relevante para ele e estar onde ele está, e, nesse sentido, é essencial compreender que as pessoas estão o tempo todo tanto no mundo físico quanto no mundo digital, simultaneamente. Por isso, as melhores estratégias, normalmente, combinam ações integradas entre on e off, alinhando com valores e relevâncias dos seus públicos em cada contexto. Essa integração é um desafio permanente para todas as empresas.

**RS:** Conteúdo ainda é um diferencial para uma empresa que quer ganhar relevância nas mídias sociais?

**MG:** Conteúdo sempre foi um diferencial para qualquer empresa se tornar relevante para os seus públicos. O que é diferente hoje e que torna o conteúdo ainda mais crucial é o fato da sobrecarga informacional a que as pessoas estão sujeitas, causando uma economia de atenção. Nesse contexto, existe uma explosão de conteúdos no cotidiano das pessoas e os sensores humanos filtram tudo deixando passar apenas o que interessa naquele momento e naquele local. Dessa forma, precisamos ser muito mais cuidadosos com o nosso conteúdo para que ele consiga passar pelo filtro da atenção dos nossos públicos.

**RS: O Brasil já é um país mobile?**

**MG:** O Brasil já é um país mobile, que tem mais celulares do que habitantes, sendo que 75% são smartphones. É importante entender que quem é 'mobile' é a pessoa e não o dispositivo em si. Isso significa que o comportamento das pessoas muda completamente, pois quando se tornam 'mobile' elas são on e off ao mesmo tempo e esses dois ambientes se misturam e contaminam o tempo todo. Além disso, o smartphone passou a ser a tela que comanda a nossa atenção em todos os ambientes, sejam eles profissionais ou pessoais. Dessa forma, se as pessoas mudaram e o comportamento mobile passa a ser a forma mais determinante no cotidiano das pessoas, as estratégias de negócio e marketing precisam levar essa transformação em consideração. Já existem empresas no exterior em que o mobile representa 75% dos acessos ao site e, recentemente, o Google anunciou que as buscas mobile já superaram as buscas por desktop em dez países, inclusive Estados Unidos e Japão. O Brasil segue o mesmo caminho. Portanto, se a sua empresa não estiver preparada para o mobile, ela terá grandes probabilidades de deixar de existir.

**RS: Como você enxerga as tecnologias vestíveis? É o futuro?**

**MG:** As tecnologias vestíveis devem trazer uma outra dimensão para a interação homem-máquina, transformando novamente o comportamento das pessoas e a cultura. No entanto, a tecnologia se transforma em velocidade muito maior do que a cultura e, assim, precisamos de um período de absorção e incorporação das tecnologias vestíveis. Apesar de o Google Glass ter sido lançado antes, ele requer um passo maior cultural para sua adoção do que os smart watches. Por isso, devemos ver inicialmente o florescimento do uso dos relógios. No entanto, a tendência é que cada vez mais usemos tecnologias vestíveis para nos relacionarmos automaticamente com as coisas nos ambientes inteligentes. Por exemplo, usaremos camisas cujo tecido se comunica com nosso médico no caso de uma emergência de saúde, sapatos que analisam nossa performance ao caminhar e nos dão feedback de correção, lentes de contato que funcionam como displays de realidade aumentada e muitos outros. Não apenas as tecnologias vestíveis, mas as tecnologias que transformam todas as coisas em parte da internet, trarão uma transformação enorme no mercado. Análise e interpretação de dados emitidos pelas coisas, integração de coisas e

dispositivos, sistemas e apps inteligentes permitirão o desenvolvimento de novos negócios e profissões, além de transformarem o modo como as coisas são feitas hoje. Por exemplo, o smart car mudará completamente o modo como interagimos com o carro e como o carro interage com as ruas, pedestres e trânsito.

**RS: Para as empresas de tecnologia, onde inovação sempre foi a palavra-chave dos negócios, quais os desafios impostos por essa nova onda?**

**MG:** A criatividade é uma capacidade humana que é favorecida por estímulos e experimentação. Por outro lado, a inovação depende da nossa capacidade de implementação e realização de ideias. Assim, a criatividade é apenas o gatilho para o processo de inovação.

*“Se a sua empresa não estiver preparada para o mobile, ela terá grandes probabilidades de deixar de existir”*

No passado, em um mundo menos complexo, tínhamos menos conexões e estímulos, dificultando o processo criativo, mas, ao mesmo tempo, tínhamos menos tecnologias e complexidades no ambiente, o que facilitava o processo de implementação da inovação.

O ambiente atual é o oposto: altamente diversificado e estimulante, o que contribui para a criatividade, mas, ao mesmo tempo, apresenta quantidades e graus maiores de complexidade de tecnologias, dificultando a implementação da inovação. Portanto, hoje, o grande desafio não é ter ideias, mas implementá-las.



# PROGRAMA DE MENTORING APRESENTA BONS RESULTADOS

## Iniciativa contribui para o desenvolvimento e formação dos profissionais

O programa de mentoring realizado na Consistem vem apresentando bons resultados para a organização. A iniciativa tem por objetivo consolidar a figura do mentor no processo de desenvolvimento e formação de profissionais e contribuir para a retenção e propagação de conhecimento.

Os mentores assumem importância fundamental na capacitação de treinandos. Entre eles, estão novos colaboradores ou profissionais em fase de assumir novas funções, migrando de área ou, ainda, atualizando os conhecimentos em relação a módulos do sistema que receberam melhorias ou modificações.

Em resumo, o programa de mentoring se utiliza da experiência e do conhecimento do mentor para auxiliar os colaboradores em treinamento na absorção dos novos conteúdos. A experiência vem se revelando extremamente positiva, trazendo benefícios à organização e proporcionando oportunidade para aplicar lições coletadas das impressões dos participantes do programa, resultando em melhorias e evolução do próprio processo.

Atualmente, o programa conta com 22 mentores de diversas áreas da empresa. O programa é coordenado pela Universidade Corporativa Consistem, com a colaboração do departamento de Recursos Humanos.



Mentores José Manuel da Rita Martires, Daniel Meinchein, Everton Freire, Renato Roehrs, Sidnei Silva, Gilberto Sohn e Gilnei André Sluminski



Mentores Rafael Falcone, Verônica Santos, Ilson de Jesus, Diomara Hauck, Gilberto Butendorff, Juliana Assis, Luiz Egberto Wassmandorf, Jenifer Arendt e Luciana Oliveira

## RADAR CONSISTEM

### Instagram

O Instagram já é capaz de exibir fotos em alta definição, com resolução de 1.080 x 1.080 pixels, ou seja, com maior qualidade de imagem. Até então, o aplicativo de fotos só exibía fotos com 640 x 640 pixels de resolução. Um padrão que fazia sentido quando o Instagram foi lançado, há cinco anos, uma época de telas menores e conexão mais lenta, mas que hoje soa obsoleto diante dos smartphones com displays enormes e redes 4G.

### Wi-Fi

Um projeto da Prefeitura de Nova York, nos Estados Unidos, pretende transformar os 7,3 mil telefones públicos da cidade em hotspots Wi-Fi para acesso à internet. De acordo com documento divulgado pelo Departamento de Tecnologia da Informação e Telecomunicações de Nova York, o projeto representaria para a cidade uma receita anual de 17,5 milhões de dólares. O dinheiro viria de publicidade física e digital nas cabines telefônicas.

### Supermercado virtual

Quem anda pelos corredores das estações da Linha Amarela do Metrô de São Paulo se depara com grandes painéis. Eles mostram fotos de alimentos, materiais de limpeza, entre outros produtos. Os painéis, que parecem uma versão gigante de informes publicitários, são do Mercode, uma startup que permite que as pessoas façam compras de mercado via internet. As peças presentes nas estações Butantã e Faria Lima não fazem apenas publicidade da empresa. Se um usuário quiser comprar um dos produtos expostos nos painéis,

basta instalar o app da startup e usar a câmera do smartphone para ler o QR Code de cada produto. As compras, pagas com cartão de crédito, são entregues em até 24h depois de fechado o pedido.

### Microsoft

Na América Latina, a Microsoft reina como a melhor multinacional para se trabalhar, de acordo com o mais novo ranking Great Place to Work. Para chegar ao resultado, foram avaliadas a percepção dos funcionários em relação ao ambiente de trabalho – medindo orgulho, camaradagem, trabalho em equipe e o nível de confiança entre os colaboradores e gestores – e a cultura da empresa. A pesquisa entre os funcionários tem mais peso e responde por 56% da nota final. Outros 11% do índice são compostos pela nota dos comentários dos funcionários e as práticas de RH (cultura da empresa) fecham a nota com 33% da composição do resultado.

### SmartWatch

A Sony produziu um relógio inteligente simples, rápido e viável para o bolso de muitos consumidores. O SmartWatch 3 tem o sistema Android Wear, que possibilita a utilização do Google Now, do WhatsApp, de SMS e outros aplicativos pelo comando de voz. O relógio possui o processador Quad ARM A7, de 1,2 GHz, memória RAM de 512 MB e tela de 1,6 polegadas. Diferentemente do Apple Watch, o SmartWatch 3 possui GPS integrado e não precisa do smartphone para operar diversas funções.

## Fazendo a diferença

Uma empresa belga chamada Happiness Brussell criou um sistema para prevenir as pessoas do câncer de pele nas praias do Peru. A ideia é um tanto quanto simples, mas muito funcional: um Wi-Fi gratuito, porém, acessível apenas para quem se mantiver na sombra. O sistema, chamado Shadow Wi-Fi, foi implantado na Playa Agua Dulce e é capaz de suportar até 250 conexões simultâneas.

## Android no Brasil

Segundo informações da Kantar WorldPanel ComTech, em março de 2015, o sistema operacional Android respondia por 89,6% do mercado brasileiro de smartphones. Em janeiro, essa participação chegou a 90,8%. A fatia do mercado brasileiro correspondente a dispositivos iOS foi de 3,9% em janeiro para 3,3% em março – seu maior valor histórico foi de 8,3%, em janeiro de 2012. O Windows Phone, no primeiro trimestre, foi de 3,8% para 6,3% do mercado.

## Apple na Europa

A Apple teve um crescimento significativo no mercado europeu. A participação de seu sistema operacional na Espanha, França, Grã-Bretanha, Alemanha e Itália (os cinco maiores mercados europeus) chegou a 20,3% – um aumento de 1,8% com relação ao ano passado. Além disso, no primeiro trimestre de 2015, 32,4% dos novos clientes vieram para o iOS do Android. Isso mostra uma migração considerável de consumidores de uma plataforma para outra. A participação do Android nesse mercado caiu 3,1% com relação ao mesmo período do ano passado.

## A Meta, de Eliyahu M. Goldratt

A obra trata dos princípios de funcionamento de uma indústria, o porquê de ela funcionar de tal forma e como seria possível solucionar os problemas, como atrasos na produção e baixa receita. Com resultados alcançados na prática, o processo de melhoria contínua desenvolvido por Goldratt pode ser aplicado em outras instituições, como bancos, hospitais, seguradoras e também no ambiente familiar. \*Fonte: Saraiva

## Jony Ive – o Gênio Por Trás Dos Grandes Produtos da Apple, de Leander Kahney

Em 1997, Steve Jobs voltou à Apple com a missão nada invejável de virar pelo avesso a empresa que havia fundado em 1976. Com a colaboração de Jony Ive, a Apple produziria alguns dos mais desejados produtos tecnológicos de todos os tempos. \*Fonte: Saraiva

## Marketing na Era Digital, de Martha Gabriel

Best seller de marketing, esse livro aborda, em linguagem simples e objetiva, a importância estratégica do marketing no contexto que engloba o digital e a plataforma participativa da Web 2.0 como elementos essenciais a serem considerados em ações de sucesso.

\*Fonte: [www.martha.com.br](http://www.martha.com.br)



# APONTAMENTOS: fortes aliados da produção

Por José dos Mártires, responsável pelo setor de pré-vendas Consistem



Apontamentos auxiliam o controle da produção, tornam possível acompanhar o andamento do processo, auxiliam na apuração do tempo despendido por processo e ajudam a mensurar a quantidade de materiais usados nos processos. O apontamento, portanto, é um processo que facilita o controle de custos, permitindo identificar o que foi utilizado e medir o que é necessário para a produção de determinado item. Ao final, tem-se o custo total de todo o processo facilitando a formação do preço de venda.

O principal papel desempenhado pelo apontamento é o monitoramento das atividades que permitirá, além de saber o custo do produto, acompanhar o andamento das atividades (tempo), avaliar o desempenho (eficiência), encontrar possíveis gargalos, auxiliar a programação de produção, melhorar sua linha de produção, reformular linhas de produtos e, inclusive, determinar a viabilidade de continuar produzindo ou não um item em específico.

Com a inclusão do Livro Registro de Controle da Produção e do Estoque no Sped Fiscal, o Fisco terá acesso ao processo produtivo e à movimentação completa de cada item de estoque. Assim, será possível o cruzamento quantitativo dos saldos apurados eletronicamente pelo Sped com os informados pelas indústrias.

Os registros a serem informados no Bloco K, que trata do Livro Registro de Controle da Produção e do Estoque, correspondem, portanto, aos dados das Fichas Técnicas dos produtos, das perdas ocorridas no processo produtivo, das Ordens de Produção, dos insumos consumidos e da quantidade produzida, inclusive as industrializações efetuadas em terceiros.

Por fim, pode-se dizer que produzir sem apontamentos é como navegar sem destino. Os apontamentos servem como uma bússola indicando a direção a ser tomada, evitando-se desperdícios de materiais, ociosidade de equipamentos e inúmeros aspectos negativos que possam interferir na produtividade e no resultado final da empresa, assim como atender às novas exigências.

ESPAÇO DO CLIENTE

# TRAPP: líder no mercado de cortadores de grama

Empresa conta com software da Consistem para agregar agilidade aos processos

15

Fundada em 1950, a Trapp, empresa sediada em Jaraguá do Sul, Norte de Santa Catarina, hoje é consolidada como líder no mercado de cortadores de grama. A empresa produz uma linha completa de máquinas e ferramentas para jardinagem. A marca também atua expressivamente no segmento de trituradores de ração animal para pequenos e médios pecuaristas e agricultores. E é pioneira no Brasil na fabricação de trituradores de galhos e resíduos orgânicos, fornecendo ao mercado desde produtos para uso doméstico até grandes máquinas para uso profissional.

Com atuação em todo o território nacional e exportando seus produtos para mais de 60 países, a Trapp conta, há mais de duas décadas, com o sistema de gestão desenvolvido pela Consistem. Através da parceria, toda a movimentação da empresa é gerida de forma clara, segura e eficaz, agregando ainda mais agilidade aos processos. *“A escolha de um bom software de gestão é um ponto importante para o sucesso nos negócios de uma empresa. A parceria da Trapp com a Consistem já dura 21 anos e, nesse período, evoluímos muito juntos. O software da Consistem atende de maneira eficaz o modelo de negócio da empresa”*, destaca Vendelino Titz - Diretor.

Para saber mais sobre a marca, basta acessar [www.trapp.com.br](http://www.trapp.com.br)

Sede da Trapp, em Jaraguá do Sul, na região Norte de Santa Catarina



# Amplie sua visão.

Para quem trabalha com gestão empresarial, ampliar a visão é ter acesso organizado às informações de todos os setores. É contar com dados integrados e atualizados, que permitam enxergar o negócio de forma completa, facilitando, agilizando e embasando as mais estratégicas decisões.

## Os softwares de gestão empresarial Consistem

proporcionam inúmeras vantagens, como a integração de áreas, a simplificação de processos e a redução de custos, além de atenderem aos mais diversos segmentos de mercado.

Entre em contato, agende uma demonstração e encontre uma solução eficaz para a gestão completa da sua empresa.

### PRINCIPAIS SEGMENTOS ATENDIDOS:

PAPEL E CELULOSE

TÊXTIL

MOVELEIRO

METALOMECÂNICO

CEREALISTA

ALIMENTÍCIO

PLÁSTICOS E EMBALAGENS

COSMÉTICOS

DISTRIBUIDORES



**CONSISTEM**

Visão de tudo

Rua Henrique Nagel, 135  
 Água Verde – Jaraguá do Sul – SC  
 47 2107 1800  
[www.consistem.com.br](http://www.consistem.com.br)