

CONTRATAÇÃO

Falta de mão de obra preocupa setor produtivo e dificulta ação em RH



A socióloga Dilze Percílio, que também é especialista em recrutamento de pessoal, tem uma análise sobre o mercado. “Antes não havia muita opção, ou você era empresário ou era funcionário”

Página 7

E-COMMERCE

Fecomércio lança e-commerce para sindicatos associados à Federação

Acervo Fecomércio-GO



A partir de agora, todo e qualquer associado do sistema Fecomércio poderá ter um e-commerce, ou seja, a sua loja virtual.

Página 5

LIDERANÇA

A SOMACOL e a sua história

Fotos: Divulgação



Há 31 anos no segmento, José Antunes não tem dúvidas sobre a escolha que fez: “Nosso mercado movimenta a indústria brasileira, contribuindo de forma direta para o crescimento da economia”

Página 3

José Antunes de Sousa
Júnior - Somacol

PALAVRA DA PRESIDENTE

Sindimaco quer soluções para ambiente de negócios, e precisa de você!

Estamos buscando agenda com o governador Ronaldo Caiado para tratarmos, novamente, sobre a nossa lista de pedidos, nove no total, e que esteve na Assembleia Legislativa em 2022 para análise.

Página 2

AÇÕES E RESULTADOS

Sindimaco entra com ação contra a Saneago em favor do lojista

A ação visa pleitear, judicialmente, a reparação dos prejuízos de todos os empresários goianos na compra de hidrômetros

Página 4



MERCADO

Difícil formar equipe? O SINDITALENTOS seleciona, orienta e acompanha candidatos

Atrair candidatos aptos e com vocação para tarefas, faz parte do escopo de trabalho do SINDITALENTOS; braço operacional do SINDIMACO para atender as necessidades do lojista de materiais para a construção

Página 8

NEGÓCIOS

TRIBUTAÇÃO

Sindimaco quer soluções para ambiente de negócios, e precisa de você!



Irma Fernandes

Presidente do SINDIMACO

Caríssimo, hoje minha fala com você é sobre união, sobre a força que reunimos juntos e que nos ajudará a conquistar uma concorrência de mercado mais justa e possível a todos. Estamos buscando agenda com o governador Ronaldo Caiado para tratarmos, novamente, sobre a nossa lista de pedidos, nove no total, e que esteve na Assembleia Legislativa em 2022 para análise. Dos pedidos apresentados, apenas a mudança da data do ICMS para todo dia 10 de cada mês foi conquistada, os outros pedidos negados, incluindo a volta da Substituição Tributária (ST) para um ambiente de negócios de mais possibilidades ao nosso segmento.

Não é de hoje que o SINDIMA-

CO vem falando com lideranças públicas e políticas sobre a carga tributária que carregamos e com a comprovação real da vulnerabilidade que o nosso setor passa. A diferença tributária entre estados próximos ao nosso Goiás é desumana, e não é preciso ir muito longe para comprovar isso, basta citar o Distrito Federal, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, nossos vizinhos que têm uma política tributária diferenciada para a venda de materiais para a construção. Os incentivos são tão bons que alguns desses estados estão vendendo aqui no nosso estado, aumentando mais ainda a concorrência pelos nossos clientes e tornando isso uma concorrência desleal.

Diante disso, caríssimos e caríssimas, precisamos agir. Agir

em conjunto. Precisamos apresentar ao governo esse cenário, com todas as perdas que o comércio varejista de materiais para a construção registra. Aumento no preço de venda; Redução da capacidade de investimento; Aumento da informalidade; Elevação da inadimplência do ICMS com o Estado; Concorrência desleal; Dificuldade em fiscalizar; Aumento de empresas no Simples Nacional; Complicação na apuração do ICMS.

Precisamos também apresentar a nossa força econômica. Em 2022 o nosso faturamento ficou na casa dos R\$ 10.358.050.314,25. Somos mais de oito mil lojistas em 237 municípios goianos, temos nosso nome projetado no PIB e podemos negociar melhores condições para o nosso segmento varejista.

mento varejista.

Entendemos também que a nossa lista é aplicável, relembramos pedidos: alíquota de 12% para produtos de siderurgia; volta da Substituição Tributária; Cesta Básica de materiais para construção; fim do prazo de devolução de venda; retirada da multa de auto de infração por não recolhimento do ICMS no prazo; exclusão da fórmula de cálculo do inciso III do art. 65 do RCTE; retirada da multa de auto de infração por não recolhimento do ICMS no prazo; crédito outorgado ao setor varejista; introdução do regime especial com encerramento de fase e convênios ICMS. Como conseguir espaço para sermos ouvidos? Nos unindo com o SINDIMACO, a entidade que representa o nosso segmento. Não é associa-

do? Associe-se, esteja com a gente nessa busca por melhores condições de negócios.

A nossa dor existe e precisamos soltar a nossa voz, levar nossos pedidos e argumentação que sustentem um cenário mais interessante para todos: governo, empresário e consumidor final. As negativas que recebemos não trazem um fundamento que nos convenceu. Por isso a nossa insistência. A nossa experiência de loja, de balcão, de chão de loja tem muito a dizer ao governo do estado e queremos que você venha com a gente. Posso contar com você?

Muito obrigada, juntos somos mais fortes!

Irma Fernandes-presidente Sindimaco

GESTÃO

Planejar o ano, fazer prospecção, inclui qualificar e reciclar equipe



Kátia Miranda

Coordenadora do Brasil 18k

Todo ano o empresário planeja o que ele espera de resultado para os 12 meses seguintes e pelos próximos anos também. No caso, estamos falando de 2023, 2024 e 2025. Quando ele faz esse planejamento, existe uma clareza: é preciso fazer ajustes do que experimentei no ano que passou para atingir resultados. Essa lógica é a correta, e, hoje, com o mercado cada vez mais acirrado, concorrência muito grande no segmento de materiais para a construção, o diferencial para estratégias de sucesso passa pela gestão. Como? Com números enxutos, processos bem docu-

mentados, e a capacidade de movimentar a equipe para alcançar resultados.

Normalmente, no ramo de materiais para a construção, ele- o empresário- tem três pilares muito importantes e que o auxiliam no bom andamento da gestão: o gerente de expedição, que toma conta do estoque com armazenamento, entrada e saída de produtos e a entrega para o cliente; o gerente de vendas que está no salão acompanhando a equipe e a movimentação da loja e a gerência administrativa-financeiro.

Braços que passam- todos na sua frente de trabalho- pelo

atendimento, a capacidade de bem relacionar, de solucionar questões e de cuidar bem dos processos referentes à marca.

Exemplos não me faltam. Na expedição, a pessoa tem que ter o trato comum com pessoas e habilidade de comandar, de liderar e ao mesmo tempo um domínio muito forte sobre os processos internos para ter os números da empresa e fluxos corretos em mãos.

O gerente de loja, movimentada toda a equipe de vendas, traz o estímulo, oxigena o ambiente, finaliza processos de venda. O administrativo- financeiro tem a interface com todos os líderes

da loja e toma conta dos processos financeiros, essa pessoa tem que desenvolver competências essenciais para esse trato com a equipe. E o que une essa equipe? Dois pontos importantes: a habilidade de gerir processos, habilidade de conduzir e liderar pessoas para sustentar a gestão. Percebe a importância dessas pessoas?

Onde quero chegar com essa análise? Em muitos casos esse, ou esses profissionais, não foi formado para isso, aprendeu com o tempo de empresa, com dedicação ao trabalho, está na área há muito tempo e conhece a empresa como ninguém e, assim, assumiu essa posição no

organograma. Aí eu chamo para a importância da reciclagem! O que o lojista precisa observar é isso, tem feito investimento em pessoas?

Para que a empresa tenha resultados técnicos mais práticos e aplicáveis no cotidiano, no dia a dia, e produzir melhores números dentro do planejamento dos 12 meses e anos seguintes, é preciso apostar na capacidade das pessoas, despertar o melhor delas. Planejar é preciso, mas executar é arte e responsabilidade de um gestor. Olhe para a sua equipe e veja quais talentos tens nas mãos.

Kátia Miranda

Diretoria

Diretoria Sindimaco - Quadriênio 2022/2026

Irma Alves Fernandes	Presidente
Cláudio Pacheco	Vice Presidente
Robson Fernando Soares	2º Vice-presidente
Leonardo de Leles Rocha	3º Vice Presidente
Wallisson Stival	1º Diretor Secretário
Sócrates Silveira Júnior	2º Diretor Secretário

Cristiano da Silva Ribeiro	3º Diretor Secretário
Lázaro Clementino da Cunha	Diretor Tesoureiro
José Donizeti da Luz	2º Diretor Tesoureiro
Eliseu Joergensen	3º Diretor Tesoureiro
Luciano de Borba Souza	Diretor Sindical
Gilberto Rocha Sebbá	Diretor Sindical

Suplentes

Ivanil Pereira de Paula	Suplente Presidente
Adevaldo José da Cunha	Suplente Vice-presidente
José Ribeiro de Mendonça	Suplente 2º Vice-presidente
Ronivaldo Barbacena Borges	Suplente 3º Vice-presidente
Alexsandro Miranda Oliveira	Suplente 1º Diretor Secretário
Elder Henrique Policena Peixoto	Suplente 2º Diretor Secretário
Sinailton Mendes dos Santos	Suplente 3º Diretor Secretário

José Antunes de Sousa Junior	Suplente Diretor Tesoureiro
Lucimária Alves	Suplente 2º Diretor Tesoureiro
Fernandes Sanfilippo	
Marcelo Daniel de Oliveira	Suplente 3º Diretor Tesoureiro
Ramiro Maria Prado de Ávila	Suplente Diretor Sindical
Vera Lúcia Coe Razuk	Suplente Diretor Sindical
Solimar Almeida Fernandes	Conselho Fiscal Efetivo
Júlio Sérgio Costa de Assis	Conselho Fiscal Efetivo

José Roberto Rassi	Conselho Fiscal Efetivo
Fernando Antônio Alves	Conselho Fiscal Suplente
Reginaldo Moreira Campos	Conselho Fiscal Suplente
Walter Borges Estival	Conselho Fiscal Suplente
Irma Alves Fernandes	Representante Junto À Fecomércio
Cláudio Pacheco	Representante Junto À Fecomércio
Nelson Alves Rodrigues Junior	Suplente Representante Junto À Fecomércio
Flavia Mendes Ferreira Ribeiro	Suplente Representante Junto À Fecomércio

Expediente



Josimar Gonçalves da Silva
Diretor-geral

Marinalva Batista de Souza
Editora Chefe RP: JP 2597/GO

Jornalista
Bianca Benetti
DRT- 1642 JP-GO
Revisora
Virgínia Melo

Colaboradores
Kátia Miranda
Carlos Ribeiro
Dalmo Jacob Júnior
Irma Fernandes

contato@printger.com.br

COMERCIAL:
Evandro Junior - (62) 98144.7777

CNPJ: 36.237.914/0001-18

PRINTGER EDITORA LTDA - AVENIDA D, nº 419 SALA 401
CEP: 74.150-040 SETOR MARISTA GOIÂNIA - GO

NEGÓCIOS

LIDERANÇA

A SOMACOL e a sua história

Há 31 anos no segmento, José Antunes não tem dúvidas sobre a escolha que fez: “Nosso mercado movimenta a indústria brasileira, contribuindo de forma direta para o crescimento da economia”

José Antunes de Sousa Júnior

Somacol

A trajetória do empresário José Antunes de Sousa Júnior começou em 1992, com a abertura de um depósito de materiais para construção. Ele conta que na época a ideia era vender somente o básico: areia, cimento e brita. “Tínhamos três funcionários e um caminhão, e eu na administração. Com o tempo, fomos sentindo a necessidade de implementar novos produtos, chegaram as ferragens, material elétrico, tubos e conexões. Logo depois aumentamos o mix até chegar na realidade de hoje. Hoje vendemos na Somacol do básico ao acabamento, sendo o nosso foco maior a venda de acabamentos, com a variedade de piso, argamassas e etc”, diz.

No fim de 2021, José Antunes percebeu uma oportunidade e decidiu por abrir a segunda loja. A região escolhida foi a do Jardim Guanabara, passando pelo Vale dos sonhos e Aldeia do Vale. Um ano após a abertura, o visionário José Antunes teve a certeza de estar com o negócio em pleno crescimento, alcançando todas as metas



programadas. “Hoje temos uma gestão familiar na Somacol, eu e meus filhos como os administradores, e com a chance de liderar mais de 40 funcionários”, relata.

Há 31 anos no segmento, José Antunes diz não ter dúvidas sobre a importância do segmento de materiais para a construção na venda varejo e para a economia brasileira. “A construção civil é responsável por uma parte significativa do PIB do país, nosso mercado movimenta parte das indústrias brasileiras, somos milhares espalhados por esse

Brasil gerando emprego, contribuindo de forma direta para o crescimento da economia. Como não ser importante?”, afirma orgulhoso.

Sobre ser parte da diretoria Sindimaco, José Antunes diz ser uma função gratificante. “Temos uma presidente muito atuante, que vem fazendo uma excelente gestão desde o seu primeiro mandato. Irma Fernandes transformou nosso sindicato em um sindicato atuante, fazendo o melhor para seus associados”, analisa, parabenizando a atual gestão.

CONVÊNIOS

SINDIMACO presente no “TODOS POR ELAS” – Programa de proteção à mulher do Governo de Goiás

No dia 08 de março, a presidente do Sindimaco, Irma Fernandes acompanhou ao lado do governador Ronaldo Caiado, a assinatura do projeto de Lei que criou a Delegacia Estadual de Atendimento Especializado à Mulher-DEAEM, do núcleo especializado para a prevenção e erradicação da violência doméstica nos batalhões da Polícia Militar e do protocolo “Todos por Elas”, para ações de proteção à mulher em bares, restaurantes e similares em todo o Estado.

Todas as ações de proteção foram estudadas sob a coordenação da 1ª Dama do Estado, Gracinha Caiado, para que a mulher goiana seja acolhida, protegida e que tenha seus direitos resguardados



Irma Fernandes acompanha lançamento de programas de proteção à Mulher ao lado do governador Ronaldo Caiado

quando em situação de violência doméstica ou de vulnerabilidade.

“Uma satisfação enorme ver de perto todas essas ações, parabéns ao governo

do Estado pela iniciativa de promover mais proteção à mulher”, disse Irma

Fernandes, presidente do Sindimaco e vice-presidente da Fecomércio.

| JURÍDICO |

| AÇÕES E RESULTADOS

SINDIMACO entra com ação contra a Saneago em favor do lojista



Dalmo Jacob do Amaral Júnior

A ação visa pleitear, judicialmente, a reparação dos prejuízos de todos os empresários goianos na compra de hidrômetros

Caros lojistas, este artigo traz uma atualização de nossas ações legais, que visaram um fechamento justo para o embarço envolvendo empresário e Saneago na compra de hidrômetros para atender demanda de mercado. Debates jurídicos foram gerados desde 2014, quando o Ministério Público do Estado de Goiás, em ação impetrada em desfavor da Saneago, conseguiu, via Ação Civil Pública, obter declaração de ilegalidade quanto a exigência da compra, instalação e manutenção dos hidrômetros como de responsabilidade dos usuários da rede de distribuição de água. Tal medida gerou o processo de número 0378681-38.2014.8.0051.

No referido processo, foi proferida sentença no senti-

do de considerar ilegal a conduta da SANEAGO por duas formas, seja pela cobrança do hidrômetro fornecido por ela e cobrado na fatura do cliente, seja o hidrômetro adquirido pelo cliente e doado à empresa requerida. Isto porque é judicialmente a responsabilidade cabe à SANEAGO arcar com os custos e a instalação do primeiro hidrômetro ao cliente.

Dessa forma, em sentença confirmada pelo Tribunal de Justiça de Goiás, foi estipulada a obrigação da SANEAGO de restituir, de forma simples, os valores cobrados indevidamente pelo serviço de instalação, manutenção e conservação do hidrômetro, seja na fatura, ou adquiridos pelos consumidores no mercado, desde 2004, o que garantiu o ressarcimento do valor desembolsado com os equipamentos por parte dos consumidores.

Entretanto, à despeito de ter sido feito Justiça para os consumidores — já que a Saneago fôra condenada pelos atos ilegais praticados — os lojistas que vinham comercializando os hidrômetros aos consumidores, devido ao hiato causado pela SANEAGO, se encontraram e se encontram totalmente desamparados, após a referida determinação judicial. Revejam comigo: a



Divulgação

ação da Saneago levou consumidores a buscarem hidrômetros no mercado. Lojistas de materiais para a construção compraram o equipamento para atender a demanda, ou seja, a atitude da SANEAGO instaurou um “livre mercado” de hidrômetros, sendo vendido por todas as lojas de materiais para construção, prática que se tornou comum nos últi-

mos anos e com ela estocagem de hidrômetros. O erro.

A imposição de fornecimento dos hidrômetros pela SANEAGO como responsabilidade de lojistas, culminou no completo prejuízo ao empresário e o pior, sem solução ao problema, por uma difícil situação instaurada pela própria SANEAGO.

Queremos que a empresa apresente solução viável ao

lojista que tem o equipamento, e entendemos que o caminho é o ressarcimento. Buscamos contato direto com a Saneago, no entanto, não obtivemos uma resposta exitosa da empresa. Assim, outra saída não restou a não ser pleitear judicialmente a reparação dos prejuízos de todos os empresários goianos.

Estamos atentos.

Anuncie no SINDIMACO Informa e veja o seu negócio em todo o Estado

Contato:
sindimacogo@gmail.com

| NEGÓCIOS |

E-COMMERCE

Fecomércio lança e-commerce para sindicatos associados à Federação

Fotos: Acervo Fecomércio-GO

A partir de agora, todo e qualquer associado do sistema Fecomércio poderá ter um e-commerce, ou seja, a sua loja virtual.

O objetivo da ação é propiciar facilidades para expansão de vendas no mundo digital. Uma plataforma do associativismo com a marca goiana. A plataforma Fecomércio Shop foi apresentada no dia 14 de fevereiro, na sede da federação, para representantes de sindicatos ligados à Fecomércio. Todos os detalhes do projeto foram repassados pelo coordenador da proposta, Mário Jorge Alencastro, que, na oportunidade, esteve representando o Instituto Elias Bufaiçal- IEB, parceiro da Fecomércio no projeto.

Segundo Mário Jorge, a ideia é ofertar ao empresário de segmentos diferentes o acesso ao mercado digital, com a plataforma e-commerce, suporte e também consultoria para tocar a ferramenta de negócios. “A proposta é reunir segmentos do sistema Fecomércio em um shopping digital; oferecer compras com facilidades em uma rede legitimamente goiana com foco em Goiás e outros estados”, disse Mário Jorge Alencastro.

A plataforma Fecomércio Shop vai funcionar como um marketplace, um shopping digital, aos moldes dos já existentes no mundo e no Brasil, e reunirá diferentes segmentos com seus produtos ao cliente. Durante a apresentação foram expostos exemplos de compra pelo segmento têxtil, o de calçados e materiais para a construção. Tudo isso entre outros artigos para uma compra online, segura e com possibilidade de busca em



um só lugar, podendo o cliente realizar compras em um único carrinho e em uma só operação financeira. “Uma facilidade com mecanismo de compra e de relacionamento que, claro, respeitarão modelos de fácil acesso e busca, sem muitas dificuldades para a jornada do cliente. Aplicaremos estratégia para evitar o “abandono do carrinho”, situação que está sempre em análise por profissionais do marketing digital, visando posicionamento junto ao consumidor digital”,

explicou o coordenador.

Todo o processo de integração à plataforma terá suporte técnico do IEB para o lojista que já tenha o e-commerce e o que não tem, e um processo de trabalho conjunto entre a equipe da loja e a equipe IEB. Atividade que inclui inserção de preço, produto, foto e imagem, divulgação e comunicação.

A integração das lojas e produtos será realizada via sistemas já usados em processos de marketplace. Outro detalhe importante é quanto

a quantidade de produtos para exposição, não havendo problemas com números menores ou maiores de artigos por segmento; somente no setor de materiais para a construção há 3 mil itens.

COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO

Lançamento da plataforma será feito pela Fecomércio via imprensa. Haverá também a massificação da plataforma via redes sociais da Fecomércio e de sindicatos parceiros, bem como lojas

e representantes.

Divulgação pelo google Ads para ranqueamento em sites de busca, investimento em plataformas de geolocalização para melhor experiência do cliente.

AÇÕES PROGRAMADAS

Ações de mkt para a recuperação de clientes;

Campanhas publicitárias para o e-commerce;

Uso de plataformas, como o tik-tok;

Suporte técnico para dúvidas no digital.

Condições gerais para o uso de Marketplace

MARCOS LEGAIS, COMO:

Governança; Compliance; Política de troca; SAC; Política de Privacidade; Tabela de remuneração; Termos e Condições de uso. O empresário que não seguir as normas legais não poderá continuar na plataforma. O lojista não pagará para estar na plataforma, somente um valor mensal para o fundo do IEB. As taxas para operação comercial no marketplace seguirão as de operação do mercado financeiro voltadas para o digital.

| GESTÃO |

REPRESENTATIVIDADE

E-commerce: como o marketing digital pode impulsionar o crescimento de vendas nas lojas de materiais de construção?

Ao criar conteúdo sobre materiais de construção, o lojista precisa potencializar a visibilidade para além das suas redes com parcerias na internet. E elas não precisam ser necessariamente pagas. Os perfis de reformas de residências estão cada vez mais populares no Instagram, por exemplo.

Segundo dados apresentados durante a Conferência das Nações Unidas pelo Comércio e Desenvolvimento, o Brasil é o 4º país com maior presença de usuários na internet. De acordo com a pesquisa, cerca de 59% da população brasileira utiliza a internet todos os dias. E com uma boa estratégia de marketing digital, seu negócio pode se destacar nesse ambiente.

O marketing digital trata-se do planejamento dos caminhos que você deve seguir para divulgar sua loja de material de construção no meio online e acompanhar o resultado desses esforços para saber quais são as mais efetivas para o seu público-alvo. Além de facilitar o relacionamento entre a empresa e os clientes de maneira personalizada, ele é uma ótima ferramenta para fortalecer a marca e crescer seu negócio.

O primeiro passo para desenvolver suas estratégias

é compreender bem com quem você deseja se comunicar no ambiente digital. É o consumidor final? São os profissionais da construção civil? Arquitetos? É importante pensar não somente nos públicos que já frequentam a sua loja, mas também em novas pessoas que você deseja atrair. Enfim, a internet é o local ideal para ampliar a visibilidade da sua loja de materiais de construção.

Após a definição desse passo, é o momento de pesquisar em que ambientes digitais você deve se comunicar com esses públicos, como, por exemplo, redes sociais, sites ou blogs.

Antes de partir para as ações de divulgação, lembre-se de preparar bem a sua loja de construção. Afinal, não adianta, por exemplo, atrair novos clientes com uma determinada promoção nas redes sociais se os seus vendedores não sabem todas as informações sobre o produto



ou se o item não estiver bem sinalizado na loja. Tudo precisa funcionar em sintonia, e existem ferramentas que podem lhe ajudar com isso.

Muitos lojistas sonham em ter um espaço virtual de vendas, mas desanimam após verem os custos desse investimento, que vão desde a contratação de uma equipe até a construção do site de vendas. Os marketplaces são ambientes mediados por uma empresa, em que vários lojistas se inscrevem e vendem seus produtos.

A criação de conteúdo de qualidade serve como uma porta de entrada para atrair novos clientes a médio e longo prazo, além de fidelizar quem você já se relaciona. Afinal, nesse espaço você ajudará os usuários a resolverem problemas e sanarem dúvidas. Por isso é preciso

investimento financeiro, possuir uma equipe qualificada acompanhando todo o processo.

O Instagram é uma grande vitrine para sua loja de materiais de construção. Com cada vez mais recursos, essa rede social ocupa um grande tempo do cotidiano dos usuários e também pode ocupar a rotina da sua estratégia de marketing digital. Ao criar seu perfil e começar seus primeiros posts, mantenha uma frequência de pelo menos três conteúdos por semana e abuse dos recursos como enquetes e não esqueça de marcar os produtos do e-commerce na loja virtual nos posts.

É muito importante estar sempre atento às dúvidas dos usuários, seja no inbox, comentários ou até mesmo no chat de atendimento do e-



Josimar Gonçalves da Silva é cientista político e consultor eleitoral. @josimar.gsilva

commerce, e as responda o quanto antes.

Ao criar conteúdo sobre materiais de construção, você pode potencializar a visibilidade para além das redes sociais com parcerias na internet. E elas não precisam ser necessariamente pagas. Por exemplo, os perfis de reformas de residências estão cada vez mais populares no Instagram.

Manter o conteúdo do seu site atualizado é fundamental para atrair mais visitantes de forma orgânica. Mas com o grande número de marcas presentes na internet, você precisa de um especialista para aparecer em um lugar de destaque nas pesquisas do Google. E os sindicatos tem ajudado os seus associados nesse sentido, de unir esforços em prol do desenvolvimento do setor. É importante não ter medo do ambiente digital, é preciso apostar na venda online via e-commerce.

Através de campanhas pagas no Google Ads, o anúncio da sua loja aparecerá quando pessoas estiverem buscando por esse tema e você terá mais chances de receber visitantes que podem se tornar futuros clientes.

Com essas dicas de e-commerce e marketing digital, você conseguirá promover sua loja de materiais de construção e consolidar a sua marca em um mercado cada vez mais concorrido.

VENDEDOR DA ÁREA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

DESCUBRA COMO SE TORNAR UM VENDEDOR ESPECIALISTA NA VENDA DE MATERIAIS E ALCANCE SUAS METAS TODOS OS MESES!

INSCRIÇÕES E MAIS INFORMAÇÕES

 (62) 99614-0319

VENDEDOR
OURO  BRASIL 18k



| NEGÓCIOS |

| CONTRATAÇÃO

Falta de mão de obra preocupa setor produtivo e dificulta ação em RH

A socióloga Dilze Percílio, que também é especialista em recrutamento de pessoal, tem uma análise sobre o mercado. “Antes não havia muita opção, ou você era empresário ou era funcionário”



déficit em canteiros de obras já estava na casa dos mil profissionais.

O QUE FAZER?

O que fazer diante dessa evasão? Para reduzir a debandada, a Federação das Indústrias do Estado (Fieg), o Instituto Euvaldo Lodi (IEL) e o Sebrae Goiás anunciaram que vão traçar um plano de ação para ofertar mais qualificação profissional. Qualificar é sempre bom e necessário, mas o que tem movido essa queda de interesse por parte do trabalhador?

Segundo a socióloga Dilze Percílio, estamos vivendo um esgotamento do processo produtivo. “O trabalhador está aberto para o MEI, prestação de serviços, e podendo escolher ser funcionário ou empreendedor. E funcionário estando em



Dilze Percílio, Socióloga, Especialista em Docência Universitário e Mestre em Sociologia da Cultura, Mentora de Talentos e Negócios Disruptivos. Mentora em Diversidade e Inclusão.

casa. Outro fator é que as pessoas mais capacitadas começaram a escolher o que fazer, em qual frente estar. O

mundo está mudado, está mudando”, alerta a socióloga, lembrando que a mão de obra capacitada tem como exigir por ser objeto de desejo do mercado, mas a que não possui qualificação também entrou nesse caminho e está estabelecendo como, quando trabalhar e com muito menos a oferecer. “Mesmo aquele perfil que acha que dá conta, mas não dá conta, também assumiu essa postura de escolher. Antes, para a nossa geração, o interessante no trabalho era ter um bom ambiente, condições para ações, bons relacionamentos. Para a geração que no mercado está, tudo isso tem valor, mas essas pessoas ficaram menos tolerantes com hierarquia, com rotina, com resultados. Querem o imediato, acredite”.

Dilze sugere ainda que a

própria empresa faça essa análise no quadro de pessoal. Quem pode trazer esses números, desse novo perfil do trabalhador, é o representante dos Recursos Humanos das empresas. “Todo líder de RH tem atuado incansavelmente para preencher vagas, com atenção total para se ter nomes e pessoas para avaliação e resultado, mas nem sempre logra sucesso”, aponta Dilze Percílio, que tem mais uma avaliação sobre a dificuldade. “Temos uma geração no mercado menos comprometida com a empresa, consigo mesmo, e está mais preocupada em poder comer hoje e assinar canal de filmes. Quando falamos sobre projeto de vida ou carreira, não há preocupação, isso foi e é meta da nossa geração, a geração dos 40, 50 anos que está atuante”, resume.

VENDEDOR DA ÁREA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

DESCUBRA COMO SE TORNAR UM VENDEDOR ESPECIALISTA NA VENDA DE MATERIAIS E ALCANCE SUAS METAS TODOS OS MESES!

INSCRIÇÕES E MAIS INFORMAÇÕES

 (62) 99614-0319

VENDEDOR
OURO  BRASIL 18k



MERCADO

RECURSOS HUMANOS

Difícil formar equipe? O SINDITALENTOS seleciona, orienta e acompanha candidatos

Atrair candidatos aptos e com vocação para tarefas, faz parte do escopo de trabalho do SINDITALENTOS; braço operacional do SINDIMACO para atender as necessidades do lojista de materiais para a construção

A ideia de ter mapeamento de cargos e funções com foco em resultados para o segmento de materiais para a construção, fez surgir, em 2022, no SINDIMACO, o SINDITALENTOS, um RH especializado em seleção e recrutamento de pessoas, com a missão de melhorar a contratação de funcionários para lojas em todo o Estado. Em quase um ano de atuação, o SINDITALENTOS já soma pontuação positiva entre empresários que buscaram esse apoio.

Sob o comando do psicólogo Pedro Henrique Boutros, paulista, formado pela universidade Mackenzie e com especialização pela Universidade de São Paulo



(USP), nas áreas de comportamento humano e vocacional, Pedro pontua que mesmo com as marcas da pandemia, que trouxe um novo comportamento para o mercado, a peneira de talentos é possível e eficaz, basta acertar na condução do processo. "Estou há 12 anos no mercado e ter um instrumento de recrutamento e seleção tão específicos para um setor, é oferecer, sim, mais chances de acerto. Vi poucos instrumentos assim e fora do departamento específico de uma empresa".

COMO FUNCIONA

A dinâmica entre o lojista e o SINDITALENTOS é simples e fácil de iniciar. Basta o departamento de Recursos Humanos, gerência ou mesmo o lojista solicitar o perfil desejado para vagas abertas, seja para vendas,

estoque, gerência, para o processo ser iniciado. "Eu também entro em contato com a empresa, ligo para apresentar o projeto SINDITALENTOS, se houver vaga já alinho o perfil que a empresa deseja, gosto de ouvir mais sobre como o empresário gosta de ver o negócio dele funcionando, a linha de gestão do empresário. Com isso, faço uso de caminhos técnicos para agir para e entregar o melhor", detalha Pedro.

Pedro assinala também que o trabalho do SINDITALENTOS supera os critérios de seleção básica tão utilizados. "Aposto muito na identificação entre função, tipo de gestão e personalidade que o candidato tem", adianta Pedro, apontando que as etapas com entrevistas, provas situacionais e específicas para áreas diferentes, teste de



Pedro Henrique Boutros,
psicólogo com especialização em Orientação profissional e vocacional

escrita e de fala e dinâmicas de grupo para avaliação comportamental, são fundamentais, mas só funcionam quando aplicadas com metodologias específicas. "Minha especialização me dá esse norte, e a nossa missão, no Sinditalentos, é colaborar na seleção, orientar sobre o clima organizacional de uma

empresa com um olhar de fora. É o oxigenar, o mexer com a equipe, seguindo conceitos do endomarketing", explica.

AValiação com Olhar Externo Oxigena

Nem sempre quantidade quer dizer qualidade. Você pode ter muitos candidatos interessados em uma vaga e nenhum adequado a ela. Por isso, para cada seleção é necessária uma estratégia específica que englobe desde a concepção de um escopo completo, com os requisitos, até o modo como será divulgada a vaga, incluindo a linguagem utilizada e o canal escolhido. "O Sindimaco é bem completo nisso. Tem todas os instrumentos para conduzir o processo com sucesso!", resume Pedro.

Oportunidade!

O **SINDITALENTOS** SELECIONA E TREINA CANDIDATOS A VAGAS EM SUA EMPRESA!

Nosso processo seletivo é voltado para o segmento de MATERIAIS PARA A CONSTRUÇÃO.

É UM RH ESPECIALIZADO NO RAMO PARA VOCÊ, PARA A SUA EMPRESA!



Fale com a gente e tenha equipe qualificada!
(62) 3218 4255- SINDIMACO

