

ANÁLISE DE MERCADO EMPRESA DE INTERMEDIÇÃO DE ESTÁGIOS E SUBLOCAÇÃO

DA SILVA, Emanuely Cristine; GUIMARÃES, Ana Paula; GONÇALVES, Leandro Vicente;
MONTEIRO, Eduardo Lemes.

Palavras-chave: Análise De Mercado, Estágios, Atendimento Psicoterapêutico

INTRODUÇÃO

Este trabalho visa conduzir uma análise abrangente de mercado para a empresa APE – Estágios. A APE é especializada em facilitar a contratação de estagiários, simplificando o processo para as empresas anfitriãs e contribuindo para a seleção dos candidatos mais adequados para integrar suas equipes.

A importância dessa análise de mercado é inquestionável, pois ela possibilita uma compreensão profunda dos fatores tanto internos quanto externos que impactam o mercado da empresa. Esta análise é um elemento vital do plano de negócios, estreitamente relacionado ao *marketing* da organização, pois fornece uma visão abrangente do mercado em que a empresa atua. Isso engloba a compreensão dos clientes, a avaliação da concorrência e a análise do conhecimento da empresa sobre o mercado, com base em dados e informações.

Uma análise de mercado é essencial para o sucesso empresarial. Com ela a empresa identifica oportunidades não exploradas, reduz riscos, melhora a tomada de decisões estratégicas e a compreensão do público-alvo. Além disso, avalia a concorrência, monitora tendências e orienta o planejamento a longo prazo.

OBJETIVOS

O objetivo dessa pesquisa é realizar uma análise de mercado para a empresa APE – Estágios. A APE é especializada em facilitar a contratação de estagiários,

simplificando o processo para as empresas anfitriãs e contribuindo para a seleção dos candidatos mais adequados para integrar suas equipes.

METODOLOGIA

Para a condução deste estudo, foram empregados métodos de pesquisa qualitativa que desempenhou um papel crucial. Essa abordagem investigou aspectos subjacentes, como as razões pelas quais os concorrentes apresentam um maior número de contratos em aberto em comparação com a empresa em estudo.

Foi realizada uma pesquisa de campo, segundo Gonsalves (2001, p.67), “a pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada”.

DESENVOLVIMENTO

A análise de mercado é uma avaliação que permite determinar o quão atrativo um determinado segmento é para o seu negócio ela revela oportunidades de mercado não exploradas, destacando nichos e áreas em crescimento, ofertando vantagem competitiva, minimiza os riscos ao investigar fatores impactantes, como regulamentações e tendências do mercado, resultando em decisões informadas, melhora a tomada de decisões ao direcionar estratégias de marketing e vendas com base em dados concretos, aprofunda o entendimento do público-alvo, permitindo uma comunicação eficaz e produtos alinhados às suas necessidades, avalia a concorrência, identificando fraquezas e pontos fortes para desenvolver estratégias competitivas além monitorar as tendências, permitindo adaptação às mudanças e inovação.

No início do estudo, foram enfrentadas dificuldades significativas relacionadas à comunicação e à obtenção de informações cruciais da empresa em análise. A pesquisa dependia fortemente das informações fornecidas pela empresa, mas esta, possivelmente por preocupações ou restrições, demonstrou relutância em responder aos questionários de forma abrangente e direta.

A empresa sob análise atua em dois setores, o primeiro e mais rentável é o de intermediação na constatação de estagiários e o segundo e emergente no mercado é o setor de sublocação de salas para atendimentos psicoterapêuticos.

O mercado consumidor da empresa em estudo no setor de sublocação compreende profissionais recém formados na área que utilizam as salas ofertadas pela empresa para realizar atendimentos psicoterapêuticos, tal setor está crescendo em amplitude, dada a crescente necessidade no Brasil já no setor de intermediação de estágios que tem como cliente empresas em busca de um estagiário para compor seu quadro de colaboradores, o número de contratos está aumentando, proporcionando um mercado consumidor em expansão.

De acordo com Gonçalves (2021), mesmo a empresa enfrentando dificuldades devido à falta de visibilidade seu grande poder em relação ao seu mercado consumidor está ligada a fidelização dos clientes, através de um relacionamento próximo sabendo onde agradar os clientes, pode-se aperfeiçoar os seus serviços, estreitar o relacionamento a empresa e os clientes. Portanto a fidelização é um passo importante no crescimento da empresa.

Os concorrentes da empresa no setor de intermediação de estágios incluem empresas consolidadas que se destacam por tempo de mercado e popularidade na região já no setor de sublocação focando nos clientes já citados seus concorrentes podem ser definidos como clínicas independentes no setor psicoterapêutico ou clínicas públicas. A disputa em ambos os setores é acirrada, e a empresa terá que ter uma estratégia sólida para manter preços acessíveis e inovar para se destacar.

A empresa depende de várias entidades, como instituições de ensino, empresas anfitriãs, plataformas de anúncios, fornecedores tecnológicos e agências de marketing. Essas parcerias são essenciais para oferecer serviços de qualidade, desde a busca por talentos até a promoção eficaz dos serviços.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando fatores econômicos, sociais e culturais que impactam a busca por serviços psicoterapêuticos, é possível concluir que neste setor a empresa sob análise tem um bom e crescente mercado para atuar apesar do recebimento tradicional associado a esse tipo de serviço.

Contudo no setor de intermediação de estágios a empresa tem um mercado concorrido e com difícil entrada, portanto vale pensar na melhor e mais viável estratégia mantendo seus objetivos claros e focados.

Apesar dos muitos desafios, a empresa em estudo possui oportunidades significativas em ambos os setores. A mudança de percepção em relação à saúde mental e o aumento da demanda por estagiários indicam um futuro promissor onde a empresa precisará ter foco, estratégias de marketing mais eficazes, parcerias estratégicas, e um pensamento em melhorar constantemente para superar seus desafios, alcançando aos poucos uma posição forte no mercado.

REFERÊNCIAS

GONÇALVES, Jaqueline Dal Rós. **Análise do Mercado Consumidor**. Library, 2021. Disponível em: <<https://1library.org/article/an%C3%A1lise-do-mercado-consumidor-plano-estrat%C3%A9gico.y95n61dz>>. Acesso em: 5 out. 2023.

GONSALVES, E. P. Iniciação à pesquisa científica. Campinas, SP: Alinea, 2001.