



ANÁLISE DE MERCADO · BALCÕES DE OPORTUNIDADES

O modelo atual de portais de vagas ainda deixa a verificação nas mãos de quem procura

Um retrato factual de como a maioria dos Conselhos Regionais publica oportunidades hoje — com exemplo real de um portal em operação.

O EXEMPLO OBSERVADO

Balcão de Oportunidades — CORE-SC

Analizamos o portal público de oportunidades do CORE-SC (coresc.org.br/oportunidade), um modelo típico entre Conselhos Regionais de Representantes Comerciais — para entender como esse formato lida com verificação, qualidade e experiência de uso.

Formato observado

Lista simples de texto, sem fotos, sem logo das empresas, apenas nome, região de atuação, segmento e data de cadastro.

Volume

Mais de 200 anúncios distribuídos em ao menos 10 páginas, sem indicação visível de quantos ainda estão realmente ativos.

Cadastro

Formulário aberto: qualquer empresa preenche e publica diretamente, sem convite prévio ou identificação verificada.

Filtro disponível

Apenas um campo de segmento, com cerca de 90 opções em uma lista extensa e sem categorização.

PONTO NEGATIVO 1

O próprio portal reconhece que não verifica quem publica

Não é uma suposição — é o que está escrito no próprio site, em destaque, logo no topo da página de oportunidades.

AVISO PUBLICADO NO PRÓPRIO PORTAL

O aviso deixa claro que, por se tratar de um espaço aberto e gratuito, a veracidade de cada anúncio é responsabilidade exclusiva de quem publica — não do Conselho.

— paráfrase do aviso publicado em coresc.org.br/oportunidade, acessado em agosto de 2026

O PRÓPRIO PORTAL ALERTA SOBRE FRAUDES

O site também orienta o próprio representante a checar por conta própria se a empresa é legítima antes de aceitar qualquer proposta — confirmando o contato por canais oficiais e desconfiando de pressa para fechar negócio.

— paráfrase do aviso de segurança publicado na mesma página



Ou seja: a responsabilidade de descobrir se uma oferta é real recai inteiramente sobre quem procura — o Conselho abre espaço, mas não garante nada sobre o que é publicado nele.

PONTO NEGATIVO 2

Sem controle de duplicidade — a mesma oferta, publicada várias vezes

Na mesma listagem pública, encontramos empresas publicando o texto praticamente idêntico repetidas vezes, em datas próximas — sinal de que não há nenhuma verificação automática nem curadoria antes da publicação.

"tambasa atacadistas" — Atacados, santa catarina

4 PUBLICAÇÕES REPETIDAS

"Copapel Comercio e Representação..." — Higiene e Limpeza

2 PUBLICAÇÕES EM 2 DIAS



Sem deduplicação

O sistema não identifica nem impede que a mesma empresa publique o mesmo anúncio múltiplas vezes.



Sem padronização

Campos de região aparecem em formatos diferentes na mesma listagem: "santa catarina", "SANTA CATARINA" e "Santa Catarina" convivem lado a lado.

PONTO NEGATIVO 3

Experiência de apresentação limitada

Cada anúncio é reduzido a poucas linhas de texto — sem imagem, sem identidade visual da empresa, sem espaço para mostrar mais do que o mínimo.

- ✗ Nenhuma logo ou identidade visual da empresa anunciante em nenhum anúncio da listagem
- ✗ Nenhuma imagem, galeria ou documento anexo disponível para detalhar a oportunidade
- ✗ Nenhuma indicação de selo de aprovação, verificação ou origem confiável
- ✗ Sem endereço completo ou mapa — apenas texto livre de "região de atuação"
- ✗ Estrutura de campos inconsistente: alguns anúncios usam "Segmento", outros "Área de Atuação", sem padrão único

Consequência prática

Para o representante que navega a lista, é difícil diferenciar uma oportunidade séria de uma anotação genérica — tudo tem a mesma aparência simples, **independente da qualidade real da oferta.**

PONTO NEGATIVO 4

Cada Conselho opera isolado do resto do país

Mesmo quando uma empresa anuncia "Região para Atuação: Todo o Brasil" — como visto em pelo menos um anúncio da amostra — a oportunidade continua restrita ao portal daquele único estado.

Sem rede de distribuição

Não existe qualquer mecanismo para uma vaga cadastrada em um estado aparecer automaticamente nos portais de outros Conselhos parceiros.

Oportunidade perdida

Uma empresa que busca representantes em todo o Brasil precisaria, na prática, cadastrar manualmente em cada um dos 27 portais estaduais separadamente — algo que dificilmente acontece.

EXEMPLO REAL ENCONTRADO NA LISTAGEM

Um anúncio classificado como "Região para Atuação: Todo o Brasil" aparece publicado somente no portal de Santa Catarina — sem qualquer réplica automática para outros estados.

RESUMO

O que ficou evidente nesta análise

- ✗ Cadastro aberto, sem convite nem identificação prévia de quem publica
- ✗ O próprio portal declara não se responsabilizar pelo conteúdo publicado
- ✗ Anúncios duplicados convivem lado a lado sem nenhum controle
- ✗ Dados inconsistentes (formatação livre, campos variáveis entre anúncios)
- ✗ Apresentação visual mínima — sem logos, imagens ou documentos
- ✗ Nenhuma rede de distribuição entre estados, mesmo quando a oferta é nacional

Uma oportunidade clara de evolução

Esse é o padrão hoje adotado por boa parte dos Conselhos Regionais no país — o que representa uma **oportunidade concreta** para qualquer Conselho que queira oferecer uma experiência mais confiável, mais profissional e com alcance real entre estados.



O modelo atual deixa a verificação nas mãos de quem menos deveria arcar com esse risco

Essa análise serve de base para apresentar, em seguida, uma alternativa
construída especificamente para resolver cada um desses pontos.