

**UTILIZAÇÃO DA MATRIZ SWOT COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA
ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO EM UMA ACADEMIA DE
GINÁSTICA NO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS, ES**

Temática do Trabalho: Engenharia Organizacional (EO)

Iury Oliveira de Mello⁽¹⁾

Graduando em Engenharia de Produção

Lucas Rodrigues⁽²⁾

Graduando em Engenharia de Produção

Matheus Lucas Melo⁽³⁾

Graduando em Engenharia de Produção

Pedro Tarcicero Pena Firme⁽⁴⁾

Graduando em Engenharia de Produção

Rodrigo Randow de Freitas⁽⁵⁾

Doutor em Aquicultura

Endereço⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾: Universidade Federal do Espírito Santo, Centro Universitário Norte do Espírito Santo, Departamento de Engenharias e Tecnologia. Rodovia BR 101 Norte, Km 60, Bairro Litorâneo, CEP, São Mateus, Espírito Santo, Brasil. Fone/Fax: 55 27 3312-1710. E-mail: ⁽¹⁾ iurymello@hotmail.com ⁽²⁾ onidas17@hotmail.com ⁽³⁾ matheus.lucasmelo@hotmail.com ⁽⁴⁾ pedrinhozg2@hotmail.com ⁽⁵⁾ digorandow@gmail.com

PALAVRAS-CHAVE: fitness, musculação, SWOT, estratégia organizacional.

Introdução: O Brasil é o país que possui mais academias na América Latina e segundo no mundo, só perdendo para os Estados Unidos (Ciocchi, 2013). Com isso academias de ginástica definitivamente já fazem parte da paisagem urbana e da rotina diária de milhares de pessoas. O público alvo é também amplo e diversificado, por exemplo, executivos e empresários, trabalhadores e estudantes, jovens e terceira idade, homens e mulheres de diferentes classes sociais, que investem seu tempo e dinheiro em atividades físicas, lazer e qualidade de vida. Trata-se assim de um mercado bastante pulverizado, que oferece oportunidades para empreendedores individuais ou micro e pequenas empresas em todas as regiões do país. (Ciocchi, 2013).

Em virtude disso, é necessário estudar o ambiente organizacional interno e externo da empresa, avaliando suas forças e fraquezas, suas oportunidades e ameaças, no caso o que é abordado por meio da matriz SWOT.

Assim, com o exposto, esse trabalho tem por objetivo realizar um estudo em uma academia de ginástica do município de São Mateus, ES. Onde se buscará realizar uma análise interna e externa, identificar pontos fortes e fracos da organização, assim como as oportunidades e ameaças que ela está exposta.

**1º WORKSHOP ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO NORTE DO ESPÍRITO SANTO –
UFES/CEUNES
10 A 12 DE NOVEMBRO DE 2015**

Material & Métodos: A partir de uma prévia identificação do processo produtivo local, e através de observações e entrevistas, foi elaborado um questionário de forma estruturada com 15 perguntas sobre o processo e funcionamento do estabelecimento, onde o mesmo foi respondido pelo proprietário. Onde o estudo foi realizado em uma academia, localizada no município de São Mateus, ES.

Já em relação à metodologia proposta, SWOT, ela basicamente divide a competitividade de uma empresa em quatro variáveis: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). A partir disso, são montadas as estratégias da organização, assim como é possível entender quais os pontos fortes dos concorrentes da empresa (Chiavenato, 2003).

Resultados & Discussão: Após a análise interna foi observado que as principais forças da academia são: a ótima localização, equipamentos em boa quantidade e qualidade, amplo espaço e o preço competitivo.

Como fraquezas, foram identificadas: falta de profissionais, só havia um *personal* para atender a todos os alunos e a falta de um planejamento estratégico formalizado. Também, analisando o ambiente externo, identificamos como oportunidades para a academia: investir em outras modalidades que estão em alta no mercado (MMA e *Crossfit*, por exemplo), investir na propaganda da empresa, enfoque no atendimento a terceira idade, e busca por parceiros comerciais.

Quanto às ameaças, observa-se o alto valor de investimento inicial, sazonalidade, a demanda aumenta com proximidade do verão (começo da primavera) e diminui no inverno, mercado concorrido e por ser tratar de atividade física que demanda empenho e motivação a rotatividade de clientes é alta.

Considerações Finais: Após observar as características (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), concluímos que para que empresa melhore seu desempenho, ela deverá contratar mais profissionais e elaborar um plano estratégico formalizado, para que a organização possa responder adequadamente as mudanças no mercado. Investir em novas modalidades, propaganda e na terceira idade como publico alvo, podem medidas interessantes para a empresa alcançar uma fatia maior do ambiente. Para enfrentar as ameaças uma boa medida pode ser a fidelização dos alunos, como por exemplo, propor um bom desconto para o cliente que pagar anualmente.

**1º WORKSHOP ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO NORTE DO ESPÍRITO SANTO –
UFES/CEUNES
10 A 12 DE NOVEMBRO DE 2015**

Agradecimentos: Agradecemos ao proprietário pela receptividade e disponibilidade em contribuir com o desenvolvimento deste trabalho.

Referências Bibliográficas:

Chiavenato, I. (2003). Introdução à teoria geral da administração. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier. (ISBN: 9788535246711). 634p.

Ciocchi, L.C. (2013). Ideia de Negócios, Como Montar uma Academia de Ginástica, SEBRAE, Brasil. Disponível

em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-academia-de-ginastica>>. Acesso em: 13 de outubro de 2015.