

# ESTUDO DE CASO NA EMPRESA APUCARANA RUGBY CLUBE

MARTINS, ARON LUCAS; GUIMARÃES, ANA PAULA

## RESUMO

O estudo de caso realizado na empresa Apucarana Rugby Clube apresenta por o mercado qual está inserida meio da observação da organização e aplicação método de análise SWOT, identificando vantagens e desvantagens competitivas e realiza por meio de um plano de ação a proposta de mudanças organizacionais que contribuiriam para um desenvolvimento sustentável da entidade, além de contribuir com conhecimentos teóricos adquiridos pela aplicação do método apresentado pelo pesquisador no decorrer do estudo realizado.

**Palavras-chave:** Análise de mercado. Diagnóstico. Rugby.

## ABSTRACT

The case study carried out at Apucarana Rugby Clube presents, through the observation of the organization and application of the SWOT analysis method, the identification of its competitive advantages and disadvantages and, through an action plan, proposes organizational changes that contributed to a sustainable development of the entity, besides contributing with theoretical knowledge acquired by applying the method presented by the researcher during the study.

**Keywords:** Market analysis. Diagnosis. Rugby

## Introdução

O Rugby é um esporte em ascensão no Brasil, segundo dados da Confederação Brasileira de Rugby (2019), existem atualmente mais de 11 mil atletas federados e mais de 60 mil praticantes em todo o território nacional.

Acompanhando este crescimento do esporte, a entidade Apucarana Rugby Clube, foi fundada em 22 de dezembro de 2010 na cidade de Apucarana-PR localizado ao lado do complexo esportivo Lagõao na rua Antônio Ostrenski, o Apucarana Rugby Clube é o primeiro clube de rugby da história da cidade.

Atualmente a entidade desenvolve suas atividades do time adulto masculino e busca atletas para o lançamento dos times feminino adulto e juvenil masculino.

A entidade não possui planejamento estratégico formal, métodos e processos descritos e formalizados, desta forma, o estudo em relação a entidade e suas vantagens e desvantagens contribuiu com o conhecimento adquirido pela análise.

## **Objetivo**

O estudo teve por objetivo analisar o mercado em que a entidade está inserida, contribuindo desta maneira com a identificação das vantagens e desvantagens da organização.

Como objetivo específico realizou-se a análise estratégica da organização através da aplicação matriz SWOT, apontando os fatores positivos e negativos internos e externos.

## **Método**

O estudo de caso foi dividido em dois momentos: O primeiro momento realizou-se uma pesquisa bibliográfica que segundo Lakatos, Marconi (2003) a pesquisa bibliográfica corresponde a bibliografias já publicadas acerca deste assunto, levantando dados do setor e do segmento de mercado ao qual a empresa atua. O segundo momento realizou-se a pesquisa de campo que na visão de Lakatos, Marconi (2003) representa o estudo dos indivíduos, grupos, comunidades, instituições, e outros campos com o intuito de compreender os vários aspectos da sociedade

Como instrumento de pesquisa de campo realizada no segundo semestre do ano de 2018 na entidade Apucarana Rugby Clube utilizou-se a matriz SWOT. Conceituada por Kotler e Armstrong (2015), a SWOT avalia de forma geral os pontos fortes, fracos, sendo estas competências ou deficiências que dizem a respeito das competências internas e externas da empresa, além das oportunidades e ameaças.

## Resultados

A análise através da matriz SWOT apresentou as características internas e externas da entidade Apucarana Rugby Clube onde destacou como fator positivo interno o engajamento dos membros em relação as atividades em que estão envolvidos, e para fator negativo interno destacou-se a baixa quantidade de membros envolvidos. Em relação ao fator externo positivo, apresenta-se como oportunidade a característica de ser um mercado de nicho, e como ameaça externa apresenta-se a fama do Rugby como ser um esporte.

**Matriz SWOT da entidade Apucarana Rugby Clube**

SWOT	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
<b>INTERNO</b>	<b>Forças:</b> Engajamento de seus membros	<b>Fraquezas:</b> Poucos membros
<b>EXTERNO</b>	<b>Oportunidades:</b> Mercado de Nicho	<b>Ameaças:</b> Evasão de membros

Fonte: Autor do trabalho, 2019

Para o fator engajamento dos membros destacado como uma força, a ação designada visa o estímulo e reconhecimento dos colaboradores que mais de destacaram no mês, a forma de validação será uma votação entre a diretoria.

Já para o ponto fraco destacado ser a quantidade baixa de membros, a ação proposta foi para que a entidade realize divulgações na mídia social “Instagram” utilizada pela entidade, onde através dela poderia realizar a promoção da atividade que a empresa desenvolve e o quanto ela contribui para a cultura e desenvolvimento pessoal de seus praticantes.

Em relação aos fatores externos, destacando que a atividade da empresa se enquadra em um mercado de nicho, a ação visando potencializar essa oportunidade propôs que a entidade inicie seu planejamento de atividades anual e mensal visando aumentar a quantidade de campeonatos que a entidade participa, desta forma irá agregar um valor a seu nicho.

Destaca-se que a evasão de membros está ligada com a fraqueza apresentada, pois muitos membros estão deixando a entidade pois não visualizam potencial em um grupo reduzido de pessoas. Sendo assim a ação propõe criar um registro de evolução de cada membro da entidade, com intuito de monitorar e exibir a evolução para seus membros visando a competitividade.

Contudo, as ações propostas atenderam aos objetivos propostos contribuindo positivamente para a evolução da entidade e seus membros.

### **Considerações Finais**

A análise da organização através da matriz SWOT com a proposta de apenas representar as características internas e externas da organização em relação ao mercado que está inserida contribui de forma positiva com a organização, pois além de realizar a análise do seu mercado, possibilitou a entidade o reconhecimento de suas oportunidades e forças, e também suas ameaças e fraquezas.

Portanto, o reconhecimento através do diagnóstico SWOT alcançou o propósito apresentado, onde a organização ao implementar as ações apresentadas teve resultados satisfatórios atendendo a expectativa esperada.

### **Referências**

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE RUGBY (Brasil). **Sobre Nós**. 2019. Disponível em: <<https://ww2.brasilrugby.com.br/pages/sobre-nos>>. Acesso em: 01 jan. 2019.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

LAKATOS. Eva, Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.