

ANÁLISE SWOT EM UMA CLÍNICA MÉDICA

FRANCISCO, R. B.¹, NOGUEIRA, G. D. S.², GONÇALVES, L. V.³ MONTEIRO, E.
L.⁴; OSTI, O.⁵

RESUMO

Objetivo: Analisar os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades através da matriz SWOT em uma Clínica Médica. **Método:** Para o levantamento das informações o método utilizado foi a Pesquisa Exploratória e o Estudo de Caso. **Resultado:** Os resultados alcançados foram capazes de mostrar a situação da empresa, fornecendo informações para que os gestores façam uma gestão eficiente. **Conclusão:** Por meio da análise foi possível perceber que a empresa tem possibilidade de crescimento no mercado.

Palavras-chave: Clínica Médica. Análise Estratégica. Matriz SWOT.

ABSTRACT

Objective: Analyze strengths, weaknesses, threats and opportunities through the SWOT matrix in a Medical Clinic. **Method:** To collect the information, the method used was the Exploratory Research and the Case Study. **Result:** The results achieved were able to show the company's situation, providing information for managers to manage efficiently. **Conclusion:** Through the analysis it was possible to see that the company has the possibility of growth in the market.

Keywords: Medical Clinic. Strategic Analysis. SWOT Matrix.

INTRODUÇÃO

A empresa objeto do estudo teve o início de suas atividades em 2007. Na época de sua fundação era apenas um consultório, e em 2014 após 7 anos se

¹ Renato Bueno Francisco. Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana - FAP. Apucarana - Pr. 2021.

² Gabriel da Silva Nogueira. Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana - FAP. Apucarana - Pr. 2021.

³ Leandro Vicente Gonçalves. Orientador da Pesquisa. Docente Mestre do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana - FAP. Apucarana - Pr. 2021.

⁴ Eduardo Lemes Monteiro. Docente Mestre do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana - FAP. Apucarana - Pr. 2021.

⁵ Odair de Osti. Docente Especialista do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana - FAP. Apucarana - Pr. 2021.

tornou uma clínica médica. Atualmente, a empresa conta com 15 especialidades, e se vê novamente com a necessidade de expansão.

De acordo com o pensamento de Hiriyappa (2019) a análise estratégica se refere ao estudo do ambiente interno e externo de uma empresa, com o objetivo de avaliar seus componentes do presente e do futuro. Dessa forma, as oportunidades e as áreas que precisam de melhorias sejam facilmente visualizadas, e assim com os setores da empresa onde tem o melhor desempenho possam ser aprimorados.

A Análise de Mercado apresenta o entendimento do mercado da empresa, identificando tendências e como elas podem afetar o setor de atuação empresarial, auxiliando na tomada de decisões e estratégias de um negócio. (CRÚZIO, 2003).

Para realizar a Análise Estratégica será utilizado a Matriz SWOT, que irá auxiliar no planejamento de estratégias empresariais, bem como, a organização das informações coletadas dos objetivos da empresa.

OBJETIVO

Analisar os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades por meio da matriz SWOT em uma Clínica Médica.

MÉTODO

Para a realização do presente trabalho foi utilizado a pesquisa exploratória e o estudo de caso. A pesquisa exploratória, segundo Malhotra (2019) tem o propósito de explorar ou fazer uma busca em um problema ou em uma situação a fim de fornecer informações e maior compreensão.

Quanto ao estudo de caso, Yin (2015) comenta que é uma estratégia de pesquisa que compreende um método que abrange tudo em abordagens específicas de coletas e análise de dados, ou seja, é tentar esclarecer alguma decisão a ser tomada.

RESULTADOS

Para o desenvolvimento realizou-se a análise SWOT, que nas palavras de Paixão (2018) ela é uma ferramenta que permite fazer um diagnóstico estratégico da empresa no meio em que ela está inserida.

Ainda nas palavras de Paixão (2018) a análise SWOT é uma técnica de planejamento estratégico utilizada para auxiliar pessoas ou organizações a identificar forças, fraquezas que se referem ao ambiente interno, e as oportunidades e ameaças que se referem ao ambiente externo, e também são relacionadas à competição em negócios ou planejamento de projetos.

Na figura 1, é apresentado a matriz SWOT da Clínica Médica, a qual pode ser observado as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças.

Figura 1: Matriz SWOT Clínica Médica

	FORÇAS	FRAQUEZA
interno	serviços exclusivos multiespecialidades	localização clima organizacional
	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
externo	crescimento espaço para ampliação	clínicas próximas economia atual

Fonte: Autores do trabalho (2021).

Como foi observado na figura 1, foram identificadas as forças, fraquezas, oportunidades e as ameaças da Clínica Médica. As forças identificadas foram os serviços exclusivos que podem ser encontrados na empresa como, por exemplo, ter um minicentro cirúrgico dentro da empresa. E por ser uma clínica multiespecialidades podem ser encontradas vários serviços, o que facilita tanto para os clientes, quanto para os profissionais, pois podem encaminhar para outra especialidade dentro da própria empresa.

Já em relação as fraquezas têm a localização. A empresa está atualmente em um bairro residencial, o que as vezes acaba atrapalhando não só em termos de expansão como para os próprios clientes localizarem, pois são poucos os locais para referência, além de um clima organizacional instável.

Em relação as oportunidades, tem o crescimento, pois existem algumas salas com horários vagos o que podem ser preenchidos com novos profissionais, e tem espaço para ampliação da empresa para construção.

Quando se fala em ameaças tem-se as várias clínicas próximas. Em algumas delas prestam os mesmos serviços da empresa. Outro detalhe é a economia atual, pois a pandemia fez com que a demanda de clientes diminuísse e conseqüentemente reduzir o seu faturamento.

CONCLUSÃO

No decorrer do desenvolvimento dessa pesquisa, foi possível aplicar conceitos e aprendizados adquiridos em sala de aula, e realizar uma análise estratégica em uma Clínica Médica.

Com a realização da análise de mercado, foi possível identificar a situação da empresa, e desenvolver estratégias para a melhoria da sua posição no mercado.

Assim, foi possível observar que um dos pontos fortes que a empresa apresenta, é a multiespecialidades, onde os clientes podem encontrar diversas especialidades e procedimentos em um único lugar.

Além disso, em contrapartida a localização acaba sofrendo desvantagem em relação as clínicas concorrentes por estar fora da área central. Para a solução desses problemas, foram sugeridas estratégias que podem ser adotadas pelos proprietários da empresa.

REFERÊNCIAS

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. **Marketing Social e Ético nas Cooperativas**. Rio de Janeiro: Fgv Editora, 2003.

HIRIYAPPA, B. **Análise Estratégica de Negócios**. [s. L.]: Babelcube, 2019.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman Editora, 2019. Tradução do título Marketing Research: An Applied Orientation, 7th Edition.

PAIXÃO, Marcia Valéria. **A Influência do Consumidor nas Decisões de Marketing**. Curitiba: Editora Intersaberes, 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.