|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Forças** | **Fraquezas** |
|  | 1. Estratégia de comunicação forte. 2. Jogo exclusivo da loja. 3. Capacidade de fornecer tecnologia de alta qualidade para gaming. 4. Oferta de cursos de desenvolvimento de aplicações e jogos | 1. Elevado custo de manutenção   2. Baixo poder de compra de jovens utilizadores  3. Desatualização do material |
| **Oportunidades** | **Estratégias Forç.-Op.** | **Estratégias Fraq.-Op.** |
| 1. Não temos concorrência local (loja). 2. Procura crescente na área gaming. 3. Boas parcerias nacionais e internacionais na área. | 4.2 Com o aumento da procura na área de jogos, a oferta de formação atraí muito publico para a nossa loja.  3.3 Com as boas parcerias disponíveis em Portugal podemos garantir que a nossa loja não fica para trás. | 3.3 Programa de aluguer/renovação de hardware/software  2.2 Apesar de os utilizadores não terem poder de compra, o crescimento e sucesso nesta área motiva os pais a investir em projetos relacionados com a área de jogos/programação. |
| **Ameaças** | **Estratégias Forç.-Am.** | **Estratégias Fraq.-Am.** |
| 1. Inflação dos custos de manutenção. 2. Baixa natalidade. 3. Nova concorrência. | 4.3 Com a oferta de formação de jovens por empresas conhecidas tornava a nossa loja mais popular para os pais.  4.2 A nossa loja pretende criar um ambiente para qualquer faixa etária que esteja disposta a querer aprender novos conhecimentos. | 1.1 Redução no gasto de energias, optar por planos ecológicos nos equipamentos usados na loja.  2.2 Oferta de oportunidades de trabalho traz uma faixa etária com mais poder de compra. |

**Modelo SWAT**