

**UTILIZAÇÃO DA MATRIZ SWOT COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA
ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO EM UMA PANIFICADORA NO
NORTE DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO, BRASIL**

Temática do Trabalho: Engenharia Organizacional (EO)

Bárbara Elisa Barollo⁽¹⁾

Graduanda do curso de Engenharia de Produção

Iohana Barbosa Giraldele⁽²⁾

Graduanda do curso de Engenharia de Produção

Ohana Corrêa⁽³⁾

Graduanda do curso de Engenharia de Produção

Thatianne Piantavinha Bonomo⁽⁴⁾

Graduanda do curso de Engenharia de Produção

Rodrigo Randow de Freitas⁽⁵⁾

Doutor em Aquicultura.

Endereços⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾: Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Centro Universitário Norte do Espírito Santo (CEUNES), Departamento de Engenharias e Tecnologia (DETEC). Rodovia BR 101 Norte, Km 60, Bairro Litorâneo, CEP 29932-540, São Mateus, Espírito Santo, Brasil. Fone/Fax: 55 27 3312-1710. E-mail: ⁽¹⁾ barbarabarollo@gmail.com ⁽²⁾ iohanagiraldele@gmail.com ⁽³⁾ ohana.correa@gmail.com ⁽⁴⁾ th.piantavinha@gmail.com ⁽⁵⁾ digorandow@gmail.com

PALAVRAS-CHAVE: Estratégias competitivas, análise SWOT, padaria.

Introdução: A indústria de panificação passa por momentos de profundas transformações em direção a modernização, melhoria da qualidade e aumento da produtividade. Diante de um mercado extremamente competitivo e dinâmico, faz-se necessário que as empresas estejam preparadas para que a concorrência não desestime suas potencialidades e capacidades internas. 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. Segundo Chiavenato (2003), a função da matriz é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos. A avaliação estratégica realizada a partir da matriz SWOT é uma das ferramentas mais utilizadas na gestão estratégica competitiva. Trata-se de relacionar as oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo com as forças e fraquezas mapeadas no ambiente interno da organização. As quatro zonas servem como indicadores da situação organizacional. O objetivo do presente estudo foi realizar um levantamento da posição atual da estratégia organizacional da Padaria Guriri, tomando como base a análise SWOT.

**1° WORKSHOP ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO NORTE DO ESPÍRITO SANTO –
UFES/CEUNES
9, 10, 11 E 12 DE NOVEMBRO DE 2015**

Material & Métodos: O estudo foi desenvolvido na Padaria Guriri, trata-se de uma empresa familiar de pequeno porte, com visitas que ocorreram durante o mês de setembro de 2015. A partir de uma prévia identificação do processo produtivo local, e através de observações e entrevistas, foi elaborado um questionário de forma estruturada com 24 perguntas sobre o processo e funcionamento do estabelecimento, onde o mesmo foi respondido pelo proprietário. E, com a intenção de proporcionar uma melhor visualização dos resultados obtidos, foi elaborada uma matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*) que será discutida em seguida.

Resultados & Discussão: Como resultados obtidos através da análise SWOT, referente aos aspectos internos, foram detectados como pontos fortes: a experiência de 20 anos no ramo de panificação, gerenciamento familiar, ramo alimentício com demanda diária e fácil acesso (boa localização) a boa recepção dos produtos pelo mercado (variedade no cardápio). Referente aos pontos fracos verificou-se a pouca qualificação dos funcionários, baixa divulgação dos produtos na padaria, alguns desperdícios, falta de atualização para conquistar mais consumidores, Na análise externa, as oportunidades verificadas foram: grande número de turistas na região, potencial de crescimento da demanda, aproveitamento das redes sociais para estar mais próximo do cliente, criar um novo ambiente de cafeteria para reuniões executivas, por exemplo, criar promoções especiais ou meios de fidelizar os clientes, adicionar ao cardápio uma linha de produtos *fitness*, estar disposto a receber o *feedback* dos clientes de forma registrada, *brainstorming* dos funcionários e capacitação de mão de obra. As maiores ameaças observadas foram a dificuldade em encontrar, no mercado, profissionais capacitados para trabalhar na área, pessoas em dieta que enfraquecem a demanda do principal produto oferecido, a uma baixa quantidade de moradores fixos e o aumento dos preços de matéria prima.

Considerações Finais: Uma vez detectados os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, segue algumas ações sugeridas pelos pesquisadores a fim de melhorar o funcionamento da organização. No que se refere ao monitoramento das forças, a empresa deve estar sempre atenta a sua marca e reputação no mercado de modo a consolidar-se ainda mais no seu ambiente de negócios. Quanto à eliminação das fraquezas será preciso treinamentos para os funcionários, maior divulgação dos produtos, ajustando seus recursos às suas necessidades, inclusive para pesquisa e

**1° WORKSHOP ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO NORTE DO ESPÍRITO SANTO –
UFES/CEUNES
9, 10, 11 E 12 DE NOVEMBRO DE 2015**

desenvolvimento e a fidelização dos clientes atuais, investindo em formas de ouvir sugestões para melhoria. Para capitalizar suas oportunidades, a Padaria deve investir na capacitação dos seus funcionários e no aumento de sua cota de mercado tornando reais seus clientes potenciais, e apesar das ameaças identificadas, elas não se tornam agressivas ao ponto de prejudicar diretamente o desenvolvimento do negócio.

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

Referências Bibliográficas:

Aparecida, A. (2005) - A utilização da matriz SWOT como ferramenta estratégica-um estudo de caso em uma escola de idioma de São Paulo. São Paulo.

Chiavenato, I. & Sapiro, A. (2003) - Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier.