

**UTILIZAÇÃO DA MATRIZ SWOT PARA ANÁLISE ORGANIZACIONAL  
EM RESTAURANTES NO BALNEÁRIO GURIRI, MUNICÍPIO DE SÃO  
MATEUS, ES**

**Temática do Trabalho: Engenharia Organizacional (EO)**

**Álvaro de Souza Gomes<sup>(1)</sup>**

Graduando em Engenharia de Produção

**Ijovany da Silva Cecílio<sup>(2)</sup>**

Graduando em Engenharia de Produção

**Rodrigo Randow de Freitas<sup>(3)</sup>**

Professor Doutor em aquicultura

**Endereço:** Rodovia BR 101 Norte, Km 60, Bairro Litorâneo - São Mateus - ES - CEP: 29932-540 - Brasil - Tel: +55 (27) 33121744 – Departamento de Engenharias e Tecnologias (DETEC) Centro Universitário Norte do Espírito Santo CEUNES/UFES e-mail: <sup>(1)</sup> [alvarosouzagomes@gmail.com](mailto:alvarosouzagomes@gmail.com) <sup>(2)</sup> [ijovanycecilio@gmail.com](mailto:ijovanycecilio@gmail.com) <sup>(3)</sup> [digorandow@gmail.com](mailto:digorandow@gmail.com)

**PALAVRAS-CHAVE:** Ferramenta Estratégica, Demanda Sazonal e Iniciativa Organizacional

**Introdução:** Existem localidades cuja principal fonte de renda está diretamente relacionada ao aumento da demanda nos dias de muito calor da estação denominada verão, porém não se tem essas condições o ano inteiro.

Corroborando, Pereira (2009), relata que existem vários setores econômicos que possuem algum tipo de instabilidade no volume de oferta ou demanda, sofrendo picos e drásticas quedas em um dado período de tempo. Estas instabilidades se caracterizariam de forma cíclica, ou seja, repetindo-se em intervalos de tempo conhecidos, caracterizando a sazonalidade.

Com isso, em praias em geral os períodos de picos e quedas da demanda em diferentes setores da economia local é chamado comumente de alta e baixa temporada. Em certas localidades, por exemplo, os restaurantes estão entre os principais atingidos pelos efeitos da baixa temporada, pois os mesmos não conseguem se manter facilmente somente com a demanda local, devido principalmente a diminuição do faturamento, que conseqüentemente acaba influenciando na redução da equipe de colaboradores, em alguns casos acarreta no fechamento do próprio restaurante.

Assim o principal objetivo deste estudo visa mostrar, por meio da análise da matriz SWOT, as possíveis estratégias organizacionais que podem ser traçadas pelo setor de restaurantes, como alternativas para que se consigam minimizar os problemas de sazonalidade local.

**Material e métodos:** Esse estudo foi desenvolvido localidade de Guriri, município de São Mateus, estado do Espírito Santo, Brasil, sendo que as visitas ocorreram no período de setembro a outubro de 2015. A partir de uma prévia identificação do processo produtivo local, através de observação, entrevistas e busca bibliográfica, foram elaborados questionários destinados aos estabelecimentos comerciais.

O questionário foi confeccionado de forma estruturada, seguindo perguntas pré-estabelecidas, cuja redação e ordem permaneceram inalteradas para todos os entrevistados. A aplicação do questionário foi de caráter individual, composto por perguntas fechadas e abertas.

Com o intuito de proporcionar uma melhor visualização dos resultados obtidos (análise macro do ambiente interno e externo), foi elaborada uma Matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*) (Chiavenato, 2003).

**Resultados e discussão:** Com base nos resultados coletados, através de 3 entrevistas realizadas, pôde-se verificar que os pontos fortes são que todos os restaurantes possuem uma boa localização sendo os mesmos posicionados no centro e na orla de Guriri, fato que também garante segurança aos seus clientes, visto que existe um posto da polícia militar no raio de zero a dois quilômetros de proximidade. Outro fato observado foi que possuem alta variedade de produtos no cardápio, onde os pratos são preparados imediatamente após os pedidos e também os restaurantes se consolidaram como ambiente familiar.

Como pontos fracos, constatou-se a existência de uma demanda sazonal, fato que compromete o pleno funcionamento durante os períodos de baixa temporada e principalmente acarreta um certo descuido com a imagem dos estabelecimentos, onde apresentam estruturas antigas, se fazem pouco presentes nas mídias sociais e com o layout institucional pouco atraente. Outra característica local é que os imóveis são geralmente alugados, assim são vulneráveis frente aos concorrentes.

Quanto aos colaboradores, eles se apresentam com um nível de pouca capacitação e conseqüentemente alta rotatividade. O mesmo apresentado por Dantas & Melo (2008), onde relatam que a aplicação da SWOT demonstrou que o município encontra-se apenas em processo de manutenção e sobrevivência com relação à atividade turística, necessitando, portanto, de uma intervenção para que a atividade se desenvolva sem maiores danos para o meio cultural e socioambiental.

Já as ameaças percebidas foram quanto ao ciclo econômico, lento crescimento no mercado, mudanças de hábitos de consumo visto que mercado de *fast food* começa a ganhar espaço.

Por último, as oportunidades observadas são referentes a atualizações de seus cardápios (remoção e inclusão de novos pratos), implementar ambientes climatizados e com sonorização ao vivo e também conquistar o público que reside em Guriri passando assim a contar com uma clientela fixa.

**Considerações Finais:** Durante o estudo foi constatado que a matriz SWOT tem papel fundamental na definição das estratégias e planos de ação. Em se tratando dessa análise voltada aos restaurantes em Guriri-ES foi possível compreender fatores influenciadores dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças e uma vez identificados os gestores passam a contar com uma forte ferramenta estratégica que os permite entender quais ações podem afetar sua iniciativa organizacional.

**Agradecimentos:** Aos estabelecimentos que participaram do estudo e ao professor Rodrigo Randow, pela orientação, apoio, confiança e por ministra a disciplina de Estratégia Organizacional com muito zelo.

**Referências Bibliográficas:**

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

Daychouw, Merhi. 40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento. 3. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.

Montejano, Jordi Montaner. Estrutura do mercado turístico. 2. Ed. São Paulo: Roca, 2001.

Morais, Múcio. A Análise S.W.O.T Aplicada Às Vendas Hoje!. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/vendas-artigos/a-analise-swot-aplicada-as-vendas-hoje-352133.html>>. Acesso em 04 outubro. 2015, às 18h00min.