

**UTILIZAÇÃO DA MATRIZ SWOT COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA  
ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO EM UMA VIDRAÇARIA NO  
MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS, ES**

*Temática do Trabalho: Estratégia Organizacional (EO)*

**Dener Margoto<sup>(1)</sup>**

Graduando em Engenharia de Produção

**João Paulo Zordan<sup>(2)</sup>**

Graduando em Engenharia de Produção

**Rafael Boldi Silva<sup>(3)</sup>**

Graduando em Engenharia de Produção

**Walter Maciel<sup>(4)</sup>**

Graduando em Engenharia de Produção

**Rodrigo Randow de Freitas<sup>(5)</sup>**

Doutor em Aquicultura

**Endereço** <sup>(1)(2)(3)(4)(5)</sup>: Universidade Federal do Espírito Santo, Centro Universitário Norte do Espírito Santo, Departamento de Engenharias e Tecnologia (DETEC), Núcleo de Pesquisa em Gestão de Sistemas de Produção (NPGSP). Rodovia BR 101 Norte, Km 60, Bairro Litorâneo, CEP, São Mateus, Espírito Santo, BraSil. Fone/Fax: 55 27 3312-1587. E-mail: <sup>(1)</sup> [denermargoto@gmail.com](mailto:denermargoto@gmail.com) <sup>(2)</sup> [joaoorzordan@gmail.com](mailto:joaoorzordan@gmail.com) <sup>(3)</sup> [rafaelboldi.silva@gmail.com](mailto:rafaelboldi.silva@gmail.com) <sup>(4)</sup> [waltermaciel@gmail.com](mailto:waltermaciel@gmail.com) <sup>(5)</sup> [digorandow@gmail.com](mailto:digorandow@gmail.com)

**PALAVRAS-CHAVE:** Vidraçaria, estratégia, SWOT, planejamento estratégico.

**Introdução:** Independente do padrão e da localização, o vidro está presente na maioria dos lares brasileiros, devido a necessidade de se usá-lo ou somente para fins de embelezamento do ambiente. De acordo com o SEBRAE, a facilidade de se construir imóveis fez com que esse segmento de mercado tivesse uma expansão considerável nos últimos anos.

Também segundo o SEBRAE, no ato de adquirir produtos dessa linha, os clientes se deparam com uma grande variedade, em sua maioria produzidos em vidraçarias de pequeno porte.

O crescimento desse mercado resultou no acirramento da concorrência entre as empresas, esse acirramento da competição dá origem a uma “pressão competitiva”, que direciona as empresas para a busca de mais eficiência nas suas operações (Antunes et al. 2008). Dessa maneira, é de fundamental importância que a empresa tenha um conhecimento organizacional sobre si e seus concorrentes. Para isso, pode-se usar uma ferramenta estratégica, conhecida como Matriz SWOT (Chiavenato, 2003).

Assim, com o exposto, o objetivo do presente estudo é fazer uma análise organizacional da situação atual do segmento de vidraçaria em São Mateus, ES, tendo como amostra a Vidraçaria X.

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

---

**Material & Métodos:** A empresa alvo do estudo (Vidraçaria X) está localizada na cidade de São Mateus, ES, onde é representativa no mercado e tem característica familiar. Quanto a entrevista, aplicou-se um questionário semiestruturado com a gerente da empresa, ocorrendo no mês de setembro de 2015.

Em relação a metodologia proposta, SWOT, ela basicamente divide a competitividade de uma empresa em quatro variáveis: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Oportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). A partir disso, são montadas as estratégias da organização, assim como é possível entender quais os pontos fortes dos concorrentes da empresa.

**Resultados & Discussão:** Com base nos dados coletados, foi possível apontar os fatores que compõem a matriz SWOT. Quando se fala em força, a empresa possui uma grande variedade de produtos, assim como uma boa publicidade (realiza propagandas em carros de som, rádios e possui redes sociais). Possui garantia de um material de boa qualidade, além de realizar entrega em domicílio. Por fim, a demanda sobre o produto não é sazonal.

Quando o assunto está relacionado a fraqueza, a empresa possui um preço considerado alto para o produto, além disso o fato de o vidro ser um material frágil, faz com que aconteçam muitas perdas durante a produção do produto, ou até mesmo na entrega. A entrega por sinal é uma outra fraqueza da empresa, muitos clientes reclamam do longo tempo de espera. Por fim, alguns funcionários não são tão bem qualificados para exercerem certas atividades e a empresa tem dificuldade de suprir a ausência de um funcionário mais experiente, caso este deixe de trabalhar na empresa.

Em relação as oportunidades, foi visto que a organização pode melhorar a entrega, tornando assim o tempo de espera do cliente menor. Criar parcerias com seus fornecedores e clientes para que o preço do produto seja menor. Além de criar um sistema de treinamento para seus funcionários.

E por fim em relação a ameaças, além da existência de empresas concorrentes, a mão de obra para exercer o trabalho é escassa o que dificulta a empresa buscar novos funcionários.

**Considerações Finais:** Através da aplicação dessa ferramenta estratégica (Matriz SWOT), foi possível identificar todo o cenário que a empresa se encontra, além disso, com essas informações é possível traçar um plano de ação, afim de eliminar as

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

---

fraquezas encontradas, se proteger das ameaças que a empresa possui, concentrar esforços nas suas principais características e inovar com as oportunidades que o mercado proporciona.

*Agradecimentos:* O agradecimento é dirigido à dona da organização pela atenção e informações compartilhadas, e também ao professor Rodrigo Randow pela orientação e confiança ao ministrar a disciplina Estratégia Organizacional.

***Referências Bibliográficas:***

APARECIDA, Andréia. A Utilização da Matriz SWOT como Ferramenta Estratégica – um Estudo de Caso em uma Escola de Idioma de São Paulo. São Paulo, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ANTUNES, J. et al. Sistema de produção: conceitos e práticas para projeto e gestão da produção enxuta. Porto Alegre: Bookman, 2008.