

**ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL ATRAVÉS DA MATRIZ SWOT NA  
EMPRESA PASTORE EM SÃO MATEUS-ES**

*Temática do Trabalho: Engenharia de Operações e Processos da Produção (EOP)*

**Alexandre Brandão Carlos<sup>(1)</sup>**

Graduando de Engenharia de Produção

**Melina Almeida Magalhães<sup>(2)</sup>**

Graduando de Engenharia de Produção

**Muriel Rios Martins Borini<sup>(3)</sup>**

Graduando de Engenharia de Produção

**Thays Duarte Coutinho Dias<sup>(4)</sup>**

Graduando de Engenharia de Produção

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

Doutor em Aquicultura

**Endereços<sup>(1)(2)(3)(4)(5)</sup>:** 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: <sup>(1)</sup> alexandre969@gmail.com <sup>(2)</sup> melina.almeida.magalhaes@gmail.com <sup>(3)</sup> mriosmb@hotmail.com <sup>(4)</sup> thaysduarte14@hotmail.com <sup>(5)</sup> digorandow@gmail.com

**PALAVRAS-CHAVES:** Análise estratégica, pontos fortes, pontos fracos, SWOT, organização.

**Introdução:** Nos dias de hoje é de extrema importância para qualquer empresa, seja ela líder de mercado ou mesmo aquela que ainda nem entrou no mercado, conhecer o ambiente em que ela está situada, mas mais do que isso, planejar suas ações. A matriz SWOT foi criada exatamente com esse intuito, para que as empresas possam através da análise do ambiente enxergar seus pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças que a organização está exposta e com isso planejar o futuro da empresa. Segundo Chiavenato & Sapiro (2003), sua função é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos.

Desse modo, este trabalho tem como objetivo principal observar as forças e fraquezas, ameaças e oportunidades de uma empresa utilizando a análise SWOT.

**Material e método:** O estudo foi desenvolvido em uma empresa de pequeno porte localizada na cidade de São Mateus, estado do Espírito Santo, Brasil. Onde as visitas ocorreram no período de setembro a outubro de 2015.

A partir de uma prévia identificação do processo produtivo local, de entrevistas e de buscas bibliográficas, foi elaborado um questionário, voltado a gerência da empresa, com perguntas relacionadas ao preço do produto, à satisfação dos clientes, à característica do negócio e à estratégia para o futuro da empresa. A aplicação do questionário foi de caráter individual composto por perguntas fechadas e abertas.

Posteriormente aplicou-se a matriz SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities e Threats*), com o intuito de melhor visualização dos resultados obtidos e observar realmente a realidade da empresa estudada.

***Resultados e Discussão:***

Foram listados como forças do negócio o atendimento, que apesar de existirem algumas reclamações, é um quesito que faz muitos clientes voltarem a loja e, também, se fidelizarem. Outro ponto forte da empresa é sua localização, além de se localizar no centro de São Mateus é possível acessar a loja pela Avenida Jones dos Santos Neves e Avenida Coronel Mateus Cunha.

A empresa ainda se destaca, com a venda de produtos específicos que não se encontram em outras lojas na cidade, com a possibilidade de negociação de preço, a pronta entrega e facilidade com garantia dos produtos. Este último fator é o que faz os clientes preferirem comprar em uma loja física ao invés da internet. Além disso a Pastore ainda tem uma parceria/exclusividade com uma empresa de telefonia celular para fornecimento de Tv digital no município.

A loja é uma filial do grupo Pastore, que foi fundada em 1995. A primeira empresa do grupo nasceu a 32 anos na cidade de Muniz Freire. Trabalhando na época com eletrônicos e manutenção repetidoras de sinais de televisão, em seguida começou a vender e instalar antenas parabólicas em todo o estado do Espírito Santo, se tornando a pioneira nessa área.

Como fraqueza observou-se o espaço físico da loja, pois como há uma grande variedade de produtos ofertados, o espaço se torna pequeno e a exposição é prejudicada. Outro fator é o preço, onde segundo o entrevistado, perdem-se vendas, já que o produto é mais barato na internet e é estabelecido um limite de desconto na negociação.

O fator sazonalidade também foi considerado como fraqueza, pois São Mateus tem o balneário de Guriri e atrai muitos turistas para a cidade durante o verão, diante disso, costuma faltar produtos na loja nessa época do ano. Outra dificuldade enfrentada neste período ocorre pelo fato da maioria das fábricas pararem a produção por causa do recesso que ocorre no final do ano, o que impossibilita a empresa de realizar novos pedidos. Mesmo com a variedade e das muitas linhas de produtos ofertadas, sempre existem clientes que não encontram o que procuram na loja. Mas, alguns pedidos não fazem parte do ramo da loja.

O horário do comércio também foi listado como fraqueza, porém o entrevistado não considera isso como um problema porque em períodos como o natal a loja fica aberta até às 21 horas, e as vendas não aumentam. Quando questionado sobre a possibilidade da loja se situar em um shopping, por exemplo, o gerente alegou que o público que frequenta um shopping não é o mesmo da loja atual.

Por fim, as oportunidades observadas são quanto a criação de uma filial, já que o espaço físico da loja é pequeno e não é possível expandir por falta de espaço. Outra oportunidade é possuir produtos mais específicos dos ramos que já existem na loja.

**Considerações finais:** Pode-se observar, depois de realizada a entrevista, que até pontos fortes, podem ser melhorados e pontos fracos que precisam ser melhorados. A empresa conhece suas oportunidades e ameaças e apesar de não investirem nas oportunidades, eles conseguem enfrentar bem suas ameaças.

**Agradecimentos:** Ao estabelecimento e professor Rodrigo Randow, pela orientação, apoio, confiança e por ministrar sua disciplina com muito zelo.

**Referência Bibliográfica:**

Chiavenato, I. & Sapiro, A. (2003). Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações. 1. ed. 13° tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier.

Silva, A.A.; Silva, N.S.; Barbosa, V.A.; Henrique, M.R.; Baptista, J.A. (2013). A Utilização da Matriz Swot como Ferramenta Estratégica – um Estudo de Caso em uma Escola de Idioma de São Paulo. VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, São Paulo.