

USO DA MATRIZ GUT NA PRIORIZAÇÃO DE PROBLEMAS QUE PODEM IMPACTAR NA POTENCIALIZAÇÃO DE CLIENTES EM UM RESTAURANTE RURAL

GUT MATRIX USE IN PRIORITIZING PROBLEMS THAT MAY IMPACT ON CUSTOMER POTENTIAL IN A RURAL RESTAURANT

Beatriz Oliveira Mira¹

Fernanda Cristina Pierre²

RESUMO

Os restaurantes rurais, como parte integrante do espaço turístico, podem ser vistos como atrativo para o desenvolvimento de uma cidade. O trabalho foi desenvolvido a partir de pesquisa não estruturada junto aos colaboradores e proprietária de um restaurante rural localizado no interior do Estado de São Paulo, com o objetivo de identificar possibilidades de melhorias e propor ações por meio de ferramentas da qualidade. Os resultados apresentados com o uso das ferramentas *brainstorming* e GUT contribuíram para identificação dos problemas e a elaboração de um plano de ação por meio da metodologia 5W1H. O próximo passo deste trabalho é realizar a implantação deste plano de ação para verificar a eficiência das ações propostas e a minimização dos problemas.

Palavras-chave: Ferramentas da qualidade. Marketing. Melhorias.

ABSTRACT

Rural restaurants as an integral part of the tourist space can be seen as attractive for the development of a city. The work was developed based on unstructured research with employees and the owner of a rural restaurant located in the interior of the State of São Paulo, with the objective of identifying possibilities for improvements and proposing actions through quality tools. The results presented with the use of brainstorming and GUT tools contributed to the identification of problems and the elaboration of an action plan through the 5W1H methodology. The next step of this work is to implement this action plan to verify the efficiency of the proposed actions and the minimization of problems.

Key word: Improvements, marketing and quality tools.

¹ Graduanda curso de Agronegócio – Fatec Botucatu.

² Professora Doutora do curso de Agronegócio, Fatec – Botucatu. Av. José Ítalo Bacchi, s/n - Jardim Aeroporto, Botucatu - SP, 18606-851.e-mail: fernanda.pierre@fatec.sp.gov.br.

1 INTRODUÇÃO

Os restaurantes rurais, como parte integrante do espaço turístico, podem ser vistos como atrativo para o desenvolvimento das cidades.

Bahl (2004, p. 32) considerou que: “[...] a oferta turística é o conjunto de bens e serviços oriundos da estrutura de atrativos, utilidade pública, geral e turística de uma localidade que, combinados de diferentes maneiras, permitem conformar produtos turísticos”. No segmento “atrativos” se inserem os atrativos naturais e culturais, no segmento “estrutura de utilidade pública e geral” estão os elementos da infraestrutura, como energia, saneamento, postos telefônicos, emissoras de rádio, segurança, entre outros e no segmento “estrutura de serviços turísticos” estão os serviços de transporte, alimentação, hospedagem e apoio turístico (postos de informações, centro de convenções, agências de viagens etc.).

De forma geral, pode-se entender por oferta turística o conjunto de atrativos, serviços, equipamentos e infraestrutura que dão suporte à atividade turística. Os restaurantes rurais colocam à disposição dos visitantes a alimentação rural e gastronomia típica, tranquilidade do campo e formas de recreação para adultos e crianças, atividades consideradas como oferta turística (ROMAN, 2012, p.1):

Torresmo, costelinha de porco, frango caipira com polenta, mandioca frita, saladas, pudim e doce de abóbora, entre vários outros pratos, fazem parte do cardápio básico dos restaurantes rurais. O menu pode ser degustado sem pressa tendo a natureza como cenário principal. Para completar o programa, em alguns estabelecimentos há passeios de charrete para as crianças e redários para os clientes tirarem um cochilo após a refeição. (ROMAN, 2012, p. 1).

Cabe ressaltar que a gastronomia não é o único atrativo. A gastronomia é uma oferta turística assim como os outros elementos que constituem o ambiente rural de cada restaurante. As ofertas turísticas, nesse caso, estão ligadas à crescente valorização do meio rural nos últimos tempos. Essa valorização remete às atividades que formam o chamado “novo” rural, sobretudo às atividades não agropecuárias.

Nesse sentido, Weissbach (2007, p. 28 e 30) afirma que “O espaço rural amplia a sua possibilidade de emprego e geração de renda. Assim há uma valorização de bens não-tangíveis como a paisagem e o lazer [...]”, sendo que “[...] a proliferação de sítios de lazer, restaurantes, hotéis-fazenda [...] têm se revelado mais rentáveis que as atividades agropecuárias.”

Nesse sentido Turolla (2005, p. 21) leciona que para a sociedade americana a qualidade é “a totalidade de aspectos e características de um produto que proporcionam a satisfação de necessidades declaradas ou implícitas”. Por conseguinte, os programas de melhoria da

qualidade elevarão significativamente a rentabilidade. Visto que ao se obter (comprar) um produto ou serviço, e o consumidor tiver suas expectativas atendidas ou excedidas, pode-se dizer que o vendedor lhe entregou qualidade, e essa empresa é considerada uma empresa de qualidade, pois além da qualidade de produção tem qualidade na entrega.

Ainda de acordo com o autor, os clientes de mercados mais evoluídos apresentam a tendência natural para exigir mais das empresas a devida qualidade, visto que o essencial já está sendo feito. Por conseguinte, verifica-se que cada atividade de “marketing”, tais como a pesquisa, o treinamento de vendedores, a propaganda, os serviços ao consumidor e outros, deve ter padrões elevados de desempenho e deve constantemente garantir ao consumidor a melhor solução em atender a suas expectativas.

Machado (2012, p.46) diz que as ferramentas da qualidade foram estruturadas, principalmente, a partir da década de 50, com base em conceitos e práticas existentes. Desde então, o uso das ferramentas tem sido de grande valia para os sistemas de gestão, sendo um conjunto de ferramentas estatísticas de uso consagrado para melhoria de produtos, serviços e processos. Ou seja, as ferramentas da qualidade são utilizadas pelas organizações, para demonstrar com facilidade os problemas encontrados nos processos produtivos, ou de serviços, e assim, solucionar o problema e focar com eficiência no resultado, para obter a qualidade e na satisfação de seus consumidores.

Qualidade é o estudo do processo por um todo, e a otimização de todas suas etapas (FEIGENBAUM, 1994).

A matriz GUT é uma ferramenta muito utilizada pelas empresas para priorizar os problemas que devem ser atacados pela gestão, bem como para analisar a prioridade que certas atividades devem ser realizadas e desenvolvidas (PERIARD, 2011).

De acordo com Bastos (2014), a matriz de Gravidade, Urgência e Tendência (GUT) é uma ferramenta da qualidade utilizada pelas empresas, com o intuito de priorizar problemas e tratar os mesmos em diferentes níveis.

Diante do contexto apresentado, este trabalho propõe a utilização de ferramentas da qualidade para detecção, análise e proposta de solução de problemas em um restaurante rural localizado no interior do Estado de São Paulo.

2 MATERIAL E MÉTODOS

A empresa em estudo é um restaurante rural, que trabalha com o sistema *self-service*, localizado no interior do Estado de São Paulo. O trabalho foi desenvolvido no período de outubro/2022 a novembro/2022.

Quanto a sua finalidade, o estudo realizado caracterizou-se como pesquisa aplicada, visando gerar soluções potenciais aos problemas. Quanto aos objetivos, a investigação classifica-se como exploratória e descritiva.

Para levantamento de todos os problemas mais recorrentes da empresa fez-se uso de observação direta da estrutura externa e interna e aplicação de uma pesquisa não estruturada junto aos colaboradores e a proprietária.

Com base nos resultados encontrados e por meio de um *brainstorming* com a equipe do restaurante, os participantes da reunião elencaram os que mais interferem no dia a dia do restaurante.

Os problemas encontrados foram distribuídos na matriz GUT e ranqueados com seus devidos níveis de prioridade, sendo elaborado um plano de ação por meio da ferramenta 5W1H.

De acordo com Daychoum (2011), a Matriz GUT é uma ferramenta utilizada para priorizar problemas e consequentemente tratá-los, definindo assim, por onde se deve começar a resolução de tais questões. Para isto, a matriz considera alguns fatores, sendo eles a Gravidade, Urgência e Tendência, onde é preenchida com uma pontuação que varia de 1 a 5 de acordo com seu grau de gravidade (Quadro 1); – Gravidade: Caso o problema não seja resolvido, esse fator indica o impacto do mesmo, sobre todas as coisas, resultados, processos que sugiram em longo prazo; – Urgência: Essa variável se relaciona com o tempo necessário ou disponível para resolver uma dada situação; – Tendência: Analisa a tendência ou o padrão da evolução, diminuição ou extinção do problema.

Quadro 1. Critérios de Pontuação

Nota	Gravidade	Urgência	Tendência
5	extremamente grave	precisa de ação imediata	irá piorar rapidamente
4	muito grave	é urgente	irá piorar em pouco tempo
3	grave	o mais rápido possível	irá piorar
2	pouco grave	pouco urgente	irá piorar a longo prazo
1	sem gravidade	pode esperar	não irá mudar

Fonte: Periard (2011).

Segundo Mello *et al.* (2016) a definição da ferramenta 5W1H é o plano de ação que objetiva executar um *checklist* para tornar preciso o resultado que se pretende alcançar realizando perguntas que permitirão, através das respostas, obter um planejamento geral para tomada de decisão quanto as ações que dever ser realizadas.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os problemas encontrados foram distribuídos na matriz GUT e ranqueados com seus devidos níveis de prioridade, conforme Tabela 1.

Tabela 1. Levantamento dos problemas relacionados a área de Planejamento e Controle da Produção da empresa em estudo.

Problema	Gravidade	Urgência	Tendência	GxUxT	Prioridade
Evasão de clientes	5	5	5	125	1
Infraestrutura interna	5	4	5	100	2
Marketing digital	5	4	4	80	3
Acessibilidade	4	4	5	80	4
Falta de Gerência	4	4	3	48	5
Falta de Planejamento	3	4	3	36	6

Fonte: Próprio autor (2022)

Depois de encontrados os resultados, pode-se observar que o problema de prioridade 1 da empresa é a evasão de clientes sem pagamento do consumo realizado. Analisando essa situação verificou-se que a localização do caixa facilita para aqueles que possuem más intenções em não pagarem o que consumiram, o que acarreta a negatividade no fechamento do caixa.

O problema de prioridade 2 está relacionado a infraestrutura interna, que precisam de pequenos ajustes em função do aumento do número de clientes em 2022. Na parte interna, a proprietária realizou algumas reformas, conforme instrução da Vigilância Sanitária, porém ainda faltam alguns detalhes para serem finalizados. Também, será feito um estudo para mudança da atual pia para uma profissional, com duas cubas, para facilitar a higienização dos pratos.

O problema de prioridade 3 está relacionado ao *marketing* digital, que é de extrema importância, pois é uma forma de valorizar as redes sociais, que hoje só tendem a crescer.

Existem diversas plataformas gratuitas para a divulgação de um restaurante como por exemplo o Tripadvisor, que é um *site* de viagens que fornece informações e opiniões de conteúdos relacionados ao turismo.

A plataforma *Google* divulga qualquer forma de estabelecimento e o cliente tem acesso a localização, fotos, vídeos, além de poder avaliar e deixar sua opinião sobre o restaurante. As redes sociais, como *Instagram*, *Facebook* e *TikTok*, facilitam a interação dos clientes com a empresa.

O problema de prioridade 4 é a questão de acessibilidade. O restaurante possui uma estrutura que pode ser melhorada e padronizada para as pessoas com deficiência (PCD), como por exemplo a entrada do restaurante e o salão, incluindo sinalizações e pequenas reformas em alguns lugares, como o banheiro. Também, outro projeto que será interessante em relação a inclusão é o uso do cardápio em braile e impresso de fonte ampliada para facilitar a consulta de pessoas portadoras de deficiência visual, baixa visão e visão subnormal.

O problema de prioridade 5 é a falta de gerência. O restaurante é composto por 12 funcionários, um cozinheiro (responsável pelos 16 pratos quentes), três auxiliares de cozinha (para a preparação de 13 tipos de saladas), um *barman* (responsável por fazer os sucos e caipirinhas), um responsável pela reposição do *buffet*, quatro garçons responsáveis por servirem as mesas e a realizarem a limpeza do salão e a proprietária que fica responsável pelo caixa.

Apesar de cada colaborador possuir uma função definida, em função do alto número de tarefas, porém por serem muitas tarefas, todos colaboram em diversas atividades.

O problema de prioridade 6 está relacionado a falta de planejamento. Em algumas ocasiões, como em datas comemorativas, o fluxo de clientes é maior e alguns imprevistos acabam ocorrendo como, por exemplo, o número de mesas torna-se insuficiente e também a quantidade de comida, além do número de funcionários que são *free lancer*.

Como proposta de melhoria foi elaborado um plano de ação por meio da ferramenta 5W1H, conforme Tabela 2.

Tabela 2. Plano de ação dos problemas potenciais da empresa estudada

PROBLEMA	O QUÊ (WHAT)	POR QUE (WHY)	QUEM (WHO)	QUANDO (WHEN)	ONDE (WHERE)	COMO (HOW)
Evasão de clientes sem pagar a conta	Realocar o caixa para pagamento dentro do restaurante.	Para evitar negatividade na lucratividade, por conta de clientes que saem sem pagar a conta.	Proprietária	01/12/2023	Área externa do restaurante	Contrataçã o de um arquiteto para o planejamen to e realocação do caixa.
Infraestrutura interna	Elaboração de um projeto para melhorias dentro da cozinha.	Para maior praticidade entre os funcionários, para a realização das tarefas.	Proprietária	01/12/2023	Área onde ocorre a preparação das saladas	Trocar a atual piar para uma profissional com duas cubas, para facilitar a higienizaçã o dos pratos.
Marketing digital	Focar nas redes sociais, usufruir de novas ferramentas, fazer parte da rotina as postagens diárias e realizar um pequeno curso sobre marketing.	Para maior divulgação, engajamento com os clientes e novos seguidores.	Proprietária e Colaborado res.	01/01/2022	Marketing	Realizar um pequeno curso para acompanha r as inovações das mídias sociais, aprender novos métodos e melhorar o engajament o nas redes sociais.

Fonte: Próprio autor (2022)

A ferramenta 5W1H auxiliou na organização das tarefas que deveriam ser realizadas para sanar os problemas, informando qual deverá ser tratado, o que poderia ser feito para solucionar esse problema, por que esse problema deveria ser resolvido, que iria solucionar o problema, qual o prazo para o problema ser solucionado, onde e como.

4 CONCLUSÕES

Baseado na matriz GUT, verificou-se que os problemas de maior relevância foram a evasão de clientes que não pagam após o consumo, as necessidades de ajustes da infraestrutura interna do restaurante e a melhoria do marketing digital da empresa em estudo.

Os resultados apresentados com o uso das ferramentas descritas contribuíram para identificação e priorização dos problemas na empresa em estudo, apoiando para a elaboração de um plano de ação.

O próximo passo deste trabalho é realizar a implantação deste plano de ação para verificar a eficiência das ações propostas e a minimização dos problemas.

REFERÊNCIAS

BAHL, M. **Legados étnicos & Oferta Turística**. Curitiba: Juruá, 2004

BASTOS, M. **Ferramentas da Qualidade – Matriz Gut**, 2014. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/01/matriz-gut-conceito-e-aplicacao.html>>. Acesso em: 11 ago. 2022.

DAYCHOUM, M. **40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento**. Rio de Janeiro: Brasport, 2011.

FEIGENBAUM, A. V. **Controle da qualidade total: gestão e sistemas**. São Paulo: Makron Books, 1994. V. 1.

MACHADO, S. S. **Gestão da qualidade**. 1. ed. Inhumas: IFG; Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2012. 25-26 p.

MELLO, M. F. D. et. al. A importância da utilização de ferramentas da qualidade como suporte para a melhoria de processo em indústria metal mecânica- um estudo de caso. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2016, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa, 2016.

PERIARD, G. **Matriz GUT: Guia Completo, 2011**. Disponível em: <<http://www.sobreadministracao.com/matriz-gut-guia-completo/>>. Acesso em: 11 ago. 2022.

ROMAN, M. Delícias do Campo. **Folha de Londrina**, Londrina, 2 mar. 2012. Caderno Cidades, p. 1.

TUROLLA, F.A. **Indefinições no saneamento**. São Paulo: Conjuntura da Construção, ano 3, n.1, mar. 2005. 9-12p

WEISSBACH, P. R. M. **Subsídios para a Formulação de Políticas Públicas para o Turismo no Espaço Rural na Rota das Terras - RS**. 2007. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Estadual Paulista, Rio Claro. 2007.