

## UTILIZAÇÃO DA MATRIZ SWOT PARA ANALISAR O MERCADO DE AÇAÍ EM NOSSA SENHORA DA GLÓRIA, SERGIPE: UM ESTUDO DE CASO

## APLICACIÓN DE LA MATRIZ FODA PARA ANALIZAR EL MERCADO DE AÇAÍ EN NOSSA SENHORA DA GLÓRIA, SERGIPE: UN ESTUDIO DE CASO

## APPLICATION OF THE SWOT MATRIX TO ANALYZE THE AÇAÍ MARKET IN NOSSA SENHORA DA GLÓRIA, SERGIPE: A CASE STUDY

MARIA VALDENIA NUNES SIMPLICIO<sup>1</sup>; LUIZ FELIPE DE SANTANA SANTOS<sup>2</sup>; JOÃO PAULO NATALINO DE SÁ<sup>3</sup>; ANGELISE DURIGON<sup>4</sup>; SIMONE MAZZUTTI<sup>5</sup>

DOI: <https://doi.org/10.31692/IICIAGRO.0100>

### RESUMO

O mercado de açaí tem crescido devido à sua exposição midiática e às suas propriedades nutricionais e sensoriais. Em Nossa Senhora da Glória, mais de 20 pontos de venda foram identificados em 2021. Este estudo tem como objetivo aplicar a matriz SWOT para avaliar o mercado de comercialização de açaí nessa cidade. Para isso, foi realizado um levantamento dos pontos de venda, juntamente com a aplicação de um questionário e a coleta de informações em redes sociais, sites e aplicativos de entrega. Dos trinta estabelecimentos identificados, quatro responderam ao questionário. Os resultados indicaram que todas as empresas utilizam mídias sociais, especialmente Instagram e WhatsApp, para promover seus negócios. A matriz SWOT revelou pontos fortes, como diversidade de produtos, opções de pagamento e localização estratégica, além do uso de mídias sociais e serviços de entrega. As oportunidades identificadas incluem a possibilidade de estabelecer franquias, aproveitar o bom desempenho econômico e estabelecer parcerias com instituições de ensino. Por outro lado, foram identificadas fraquezas, como baixa qualidade dos produtos devido à falta de boas práticas de fabricação, ausência de diretrizes organizacionais, análise de concorrência e conhecimento na definição de preços. As empresas devem estar atentas a ameaças como a instabilidade econômica, a atuação mais rigorosa da vigilância sanitária municipal e o aumento constante dos preços do açaí devido à sua alta demanda. Essa análise da matriz SWOT proporciona uma visão abrangente do mercado de açaí em Nossa Senhora da Glória/SE, oferecendo *insights* importantes para a tomada de decisões estratégicas e o destaque nesse setor em crescimento.

**Palavras-Chave:** Marketing Digital, Matriz SWOT, *Delivery*, Rede Social.

<sup>1</sup> Bacharelado em Agroindústria, Universidade Federal de Sergipe - Campus do Sertão, [valdenia27@academico.ufs.br](mailto:valdenia27@academico.ufs.br)

<sup>2</sup> Bacharelado em Agroindústria, Universidade Federal de Sergipe - Campus do Sertão, [Felipesantos.Santos.9655@gmail.com](mailto:Felipesantos.Santos.9655@gmail.com)

<sup>3</sup> Bacharelado em Agroindústria, Universidade Federal de Sergipe – Campus do Sertão, [jpsadesa@academico.ufs.br](mailto:jpsadesa@academico.ufs.br)

<sup>4</sup> Engenharia de Alimentos, Universidade Federal de Sergipe – Campus São Cristóvão, [angelise@academico.ufs.br](mailto:angelise@academico.ufs.br)

<sup>5</sup> Doutora em Engenharia de Alimentos, Universidade Federal de Sergipe - Campus do Sertão, [simonemazzutti.@academico.ufs.br](mailto:simonemazzutti.@academico.ufs.br)

## RESUMEN

El mercado del acai ha experimentado un crecimiento impulsado por la exposición mediática y sus propiedades nutricionales y sensoriales. En Nossa Senhora da Glória, se identificaron más de 20 puntos de venta en 2021. Este estudio tiene como objetivo aplicar la matriz FODA para evaluar el mercado de comercialización del acai en esta ciudad. Para lograr esto, se realizó un relevamiento de los puntos de venta, junto con la aplicación de un cuestionario y la recopilación de información en redes sociales, sitios web y aplicaciones de entrega. De los treinta establecimientos identificados, cuatro respondieron al cuestionario. Los resultados indicaron que todas las empresas utilizan las redes sociales, especialmente Instagram y WhatsApp, para promocionar sus negocios. La matriz FODA reveló fortalezas como la diversidad de productos, las opciones de pago y la ubicación estratégica, además del uso de redes sociales y servicios de entrega. Las oportunidades identificadas incluyen la posibilidad de establecer franquicias, aprovechar el buen desempeño económico y establecer alianzas con instituciones educativas. Por otro lado, se identificaron debilidades, como la baja calidad de los productos debido a la falta de buenas prácticas de fabricación, la ausencia de directrices organizativas, el análisis de la competencia y el conocimiento en la fijación de precios. Las empresas deben estar atentas a amenazas como la inestabilidad económica, una mayor vigilancia de las autoridades sanitarias municipales y el constante aumento de los precios del acai debido a la alta demanda. Este análisis FODA proporciona una visión integral del mercado del acai en Nossa Senhora da Glória/SE, ofreciendo ideas valiosas para la toma de decisiones estratégicas y destacándose en este sector en crecimiento.

**Palabras Clave:** Marketing Digital, Matriz DAFO, Entrega a domicilio, Redes Sociales.

## ABSTRACT

The acai market has been growing due to media exposure and its nutritional and sensory properties. In Nossa Senhora da Glória, over 20 points of sale were identified in 2021. This study aims to apply the SWOT matrix to assess the acai commercialization market in this city. To achieve this, a survey of sales points was conducted, along with the administration of a questionnaire and the collection of information from social media, websites, and delivery apps. Out of the thirty identified establishments, four responded to the questionnaire. The results indicated that all companies use social media, particularly Instagram and WhatsApp, to promote their businesses. The SWOT matrix revealed strengths such as product diversity, payment options, strategic location, as well as the use of social media and delivery services. Identified opportunities include the possibility of establishing franchises, taking advantage of good economic performance, and forming partnerships with educational institutions. On the other hand, weaknesses were identified, such as low product quality due to a lack of good manufacturing practices, absence of organizational guidelines, competition analysis, and pricing knowledge. Companies must be aware of threats such as economic instability, increased vigilance from municipal health authorities, and the constant rise in acai prices due to high demand. This SWOT analysis provides a comprehensive view of the acai market in Nossa Senhora da Glória/SE, offering valuable insights for strategic decision-making and standing out in this growing sector.

**Keywords:** Digital Marketing, SWOT Matrix, Delivery, Social Media.

## INTRODUÇÃO

A busca por diferentes fatias de mercado e consumidores diversificados tem impulsionado as empresas a empregarem estratégias variadas. Um setor que tem conquistado cada vez mais espaço nesse contexto é o da comercialização de açaí. Esse fruto tem ganhado exposição nas mídias devido às suas características nutricionais e sensoriais, como fibras, proteínas e compostos bioativos (COELHO et al., 2017). O açaí é fruto do açazeiro (*Euterpe oleracea* Mart), típico da região Amazônica, e seu cultivo e extração ocorrem em diversos estados do Brasil, como Pará, Amazonas, Maranhão, Acre, Roraima, Rondônia, Amapá, Bahia,

Tocantins, Espírito Santo e Alagoas (IBGE, 2023a; DE FREITAS, 2021).

No estado de Sergipe, apenas algumas regiões, como sul, litoral norte, agreste e áreas irrigadas, oferecem condições climáticas e de solo adequadas para o cultivo do açaí. Entretanto, em Nossa Senhora da Glória, no nordeste do estado, o clima e o solo não são favoráveis para o plantio desse fruto. Apesar disso, a comercialização da polpa de açaí tem apresentado um crescimento significativo nesse município nos últimos anos (EMDAGRO, 2016; DÓRIA, 2021). De fato, um levantamento realizado por Dória (2021) constatou a existência de 22 pontos de comercialização de polpa de açaí em Nossa Senhora da Glória, destacando o aumento desse tipo de estabelecimento na região.

Considerando esse cenário, é importante ressaltar que os consumidores de Nossa Senhora da Glória possuem diversas opções para adquirir açaí e são influenciados por fatores como publicidade, promoções, localização e preço. Diante disso, torna-se necessário realizar uma pesquisa que aplique a matriz SWOT para analisar o perfil do mercado de comercialização de açaí na cidade de Nossa Senhora da Glória/SE, visando compreender como as empresas estão posicionadas em relação a aspectos como preço, localização, promoção e produto. Dessa forma, será possível identificar as estratégias utilizadas pelas empresas para se manterem competitivas neste mercado.

## REFERENCIAL TEÓRICO

O açaí, uma palmeira nativa da América Central e do Sul, tem se destacado como um alimento funcional devido aos seus benefícios nutricionais, composição fitoquímica e alta capacidade antioxidante. Com propriedades nutricionais e valor calórico, o açaí é rico em proteínas, fibras, lipídios, vitamina E e minerais, além de compostos bioativos, como os polifenóis. Esses compostos possuem propriedades farmacológicas, como atividade antiviral, antitumoral, anti-inflamatória e antioxidante (BARBOSA; CARVALHO JUNIOR, 2022).

A obtenção da polpa de açaí envolve o amolecimento do mesocarpo por imersão em água morna, seguido pelo despolpamento utilizando máquinas mecânicas. A polpa representa de 5% a 15% do peso total do fruto e é classificada de acordo com o teor de sólidos totais, podendo ser do tipo A (especial), B (médio) ou C (popular) (BRASIL, 2000; FERREIRA; FERREIRA; DE FREITAS, 2021). Em regiões onde o consumo é imediato, a polpa é comercializada em temperatura ambiente, mas quando destinada a regiões distantes, é comum realizar a pasteurização e refrigerar ou congelar o produto para preservar sua qualidade. A pasteurização é um tratamento térmico suave que visa eliminar a microbiota e inativar enzimas

que poderiam causar deterioração, como o escurecimento. Essas medidas são especialmente relevantes quando o açaí é comercializado para outras cidades e países, garantindo a segurança e qualidade do produto (FERREIRA; FERREIRA; FREITAS, 2020).

O Brasil é líder na produção e exportação de polpa congelada de açaí. O consumo do açaí tem se expandido tanto no mercado nacional quanto internacionalmente. De acordo com a Embrapa, a venda de frutos de açaí e seus produtos gera mais de R\$ 40 milhões em receita anualmente. O aumento da produtividade do açaí no Brasil tem impulsionado o mercado de produtos derivados, com um crescimento estimado de mais de 200% nos últimos 4 anos, mesmo em meio à crise global de saúde e desaceleração econômica (BARBOSA; CARVALHO JUNIOR, 2022).

A produção nacional de frutos de açaí nos últimos cinco anos foi em média de 1,23 milhão de toneladas, com a região norte do Brasil sendo responsável por 99,7% do total produzido. O estado do Pará é o líder absoluto na produção, com uma média anual de 1,18 milhão de toneladas. Estima-se que no Pará sejam consumidas cerca de 300 mil toneladas de açaí anualmente, seguido pelo Rio de Janeiro com 500 toneladas, São Paulo com 150 toneladas e os demais estados brasileiros com cerca de 200 toneladas anualmente. O Pará é o estado que mais produz e consome açaí, sendo responsável por mais de 93% da produção nacional. Em 2020 foram comercializados pelo estado do Pará mais de 908 milhões de reais em produtos originados do beneficiamento do açaí, como polpa, mixes e açaí liofilizado, destinados aos mercados nacional e internacional (CONAB, 2020; IBGE, 2023a; SEDAP, 2023).

A matriz SWOT é uma ferramenta amplamente utilizada por empresas de todos os tamanhos para a gestão estratégica (KOTLER; KELLER, 2012; PAIVA; GUERRA, 2021). A sigla SWOT vem das palavras em inglês *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* e *threats*, que traduzem respectivamente para Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças. Também conhecida como Matriz FOFA, a análise SWOT mapeia os pontos fortes e fracos do ambiente interno da organização, assim como as oportunidades e ameaças do ambiente externo, com o objetivo de orientar o planejamento estratégico (MARTINS et al., 2013; PALIWAL, 2006; FERREIRA et al., 2019) e auxiliar na elaboração do plano de *marketing*.

Na análise do ambiente interno, são considerados critérios como recursos financeiros, liderança e imagem de mercado, vantagens competitivas que geram barreiras à entrada de novos concorrentes, tecnologia, custos, propaganda, competência e inovação de produtos (CHIAVENATO; SAPIRO, 2003; BARAGATTI, et al., 2021). Já o ambiente externo abrange tudo o que está fora do controle da empresa, como o mercado, que embora não possa ser

controlado, deve ser conhecido e monitorado com frequência para identificar oportunidades e evitar ameaças (SCHULTZ; ZANETTI; WAQUIL, 2011).

## **METODOLOGIA**

O levantamento das informações sobre o mercado e comercialização de açaí foi realizado utilizando métodos de pesquisa descritiva e exploratória. As pesquisas descritivas têm como objetivo principal descrever um determinado fenômeno ou população, ou estabelecer relações entre variáveis (GIL, 2009). Nesse tipo de pesquisa, os fatos são observados, registrados, analisados e interpretados sem a interferência do pesquisador, a fim de garantir a precisão dos resultados. Seu propósito é expor as características da população ou fenômeno estudado e também esclarecer possíveis relações entre as variáveis analisadas (GIL, 2009). Por outro lado, as pesquisas exploratórias têm como objetivo tornar os problemas mais explícitos e construir teorias (FERREIRA, 2021). Esse tipo de pesquisa é realizado em áreas onde há pouca informação acumulada e sistematizada (FERREIRA, 2021).

### **Local da pesquisa e perfil socioeconômico**

A pesquisa foi conduzida na cidade de Nossa Senhora da Glória, localizada no alto Sertão Sergipano, estado de Sergipe. Com uma população estimada em 41.202 habitantes em 2022 (IBGE, 2023b), a cidade está situada a 126 km da capital Aracaju. Para identificar o perfil socioeconômico de Nossa Senhora da Glória, foi realizada uma pesquisa documental utilizando fontes primárias, como documentos de arquivos públicos, institucionais e fontes estatísticas (LAKATOS; MARCONI, 2010). Essa pesquisa se baseou em informações obtidas de sites como o IBGE, SEBRAE e o Observatório de Sergipe da Secretaria Geral de Governo (SEGG).

### **Identificação dos pontos de comercialização de açaí e coleta de dados**

Os pontos de venda de açaí em Nossa Senhora da Glória foram identificados por meio de visitas aos estabelecimentos, complementados com dados coletados indiretamente através das redes sociais das empresas identificadas e seus perfis em sites de aplicativos de entrega. As informações coletadas abrangiam localização, preços, cardápios, horários de funcionamento, aplicativos de entrega, formas de pagamento e promoções.

Além disso, foi elaborado um questionário para ser aplicado nas empresas que comercializam açaí, utilizando uma amostragem não probabilística. A amostragem não probabilística é aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra

depende em parte do julgamento do pesquisador (MATTAR, 1999). Nesse caso, o número de questionários aplicados foi determinado pelo número de estabelecimentos que concordaram em participar da pesquisa. Dos estabelecimentos identificados, quatro empresas (A, B, C e D) responderam ao questionário. Vale ressaltar que a empresa A possui dois pontos de venda no município.

O questionário aplicado às empresas A, B, C e D foi dividido em 5 blocos. No primeiro bloco, foram abordadas questões relacionadas ao preço do açaí, que incluíam: 1) preço de comercialização; 2) formação de preço; 3) formas de pagamento; e 4) condições para oferecer descontos. No segundo bloco, foram abordadas questões relacionadas aos aspectos que compõem o produto. As empresas entrevistadas forneceram informações sobre as seguintes características do Produto: 5) tamanho das porções; 6) descrição do produto; 7) tipos de embalagem utilizados; 8) origem da matéria-prima; 9) critérios para selecionar fornecedores de açaí; 10) se há alguma manipulação da matéria-prima; e 11) diferenciação do produto.

No bloco 3º foram abordadas questões relacionadas ao quesito Promoção. Nesse bloco as empresas são questionadas quanto ao: 12) ambiente em que a empresa está inserida, 13) formas de divulgação da empresa; 14) uso de mídias sociais 15) canais de venda; 16) estratégias de promoção e comunicação; e 17) utilização de aplicativos de entrega. No 4º bloco foram incluídas questões sobre diretrizes estratégicas, abordando temas como missão (18), visão (19), valores (20), análise SWOT (21) e análise de concorrentes da empresa (22), busca por assistência (23). Já o 5º bloco buscou identificar o perfil das empresas: 24) nome; 25) idade da empresa; 26) quantidade de funcionários; e 27) franquias.

### **Aplicação da matriz SWOT**

A ferramenta de análise SWOT foi utilizada para identificar os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças das empresas que comercializam açaí em Nossa Senhora da Glória. Essa ferramenta permitiu uma análise das condições internas e externas das empresas do setor de açaí no município. Além dos dados obtidos por meio de observação direta e da aplicação dos questionários, também foi realizada uma visita ao escritório do SEBRAE em Nossa Senhora da Glória para obter informações adicionais sobre o hábito das empresas em buscar auxílio. A análise SWOT foi realizada a partir da interpretação dos dados coletados pela autora. Com base nessa análise, foi possível criar um quadro que apresenta os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças das empresas do setor de açaí em Nossa Senhora da Glória, Sergipe.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O diagnóstico da comercialização de açaí em Nossa Senhora da Glória permite entender a situação atual do mercado, as tendências, os hábitos de consumo e as preferências dos consumidores locais. Com base nessas informações, pode ser possível sugerir estratégias eficazes para atender às necessidades do público-alvo e maximizar as oportunidades de vendas. Embora o município não seja produtor de açaí, o setor de comercialização desse produto é bastante amplo, apresentando diversos pontos de venda espalhados por toda a cidade.

A população estimada do município, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023b), é de 41.202 de pessoas no ano de 2022. A cidade tem experimentado um aumento populacional significativo, impulsionado principalmente pelo aumento dos empregos formais. De acordo com dados do Ministério da Economia, em 2021, o município contava com 4.255 empregos formais, sendo que os setores mais relevantes foram à agropecuária, construção civil, comércio, serviços e indústrias.

Segundo dados do IBGE e da Secretaria de Estado Geral de Governo (SEGG), o Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* atingiu valores de R\$15.466,17 no ano de 2019, tendo como principais contribuintes os setores de serviços, agropecuária e indústria. O Valor Adicionado Bruto (VAB) dos setores de serviço, agropecuária e indústria corresponderam a 82,4%, 10,2% e 7,4%, respectivamente. O PIB *per capita* apresentou uma tendência de alta, sendo que no ano de 2020 chegou a R\$18.738,23, representando um aumento em relação a 2019. O salário médio mensal dos trabalhadores formais em 2021 foi de 1,8 salários mínimos (Observatório de Sergipe, 2023; IBGE, 2023b).

A melhora na renda que vem ocorrendo nos últimos tempos pode ter contribuído para o desenvolvimento do setor de serviços, nesse setor se encaixa a comercialização de açaí. Uma das maneiras de maior comercialização do açaí é chamada de “açaí na tigela” por ser uma preparação rápida, de baixo custo, energética e nutritiva. O “açaí na tigela” consiste na polpa da fruta congelada batida no liquidificador e acompanhada de frutas e outros ingredientes como granola, xarope de guaraná, castanhas; normalmente servida em uma tigela (SILVA et al, 2018).

Nesse trabalho, foi possível constatar a presença de 30 estabelecimentos que comercializam açaí em Nossa Senhora da Glória/SE em 2022. Dentre esses, consta também um mini mercado que foi considerado, pois comercializa potes de açaí de 500 mL nos aplicativos de entrega. O aumento no número de pontos de venda pode ser confirmado por meio de um

estudo realizado por Dória (2021), o qual apontou a existência de 22 estabelecimentos (*trailers*, sorveterias e distribuidoras) no ano de 2021. Com isso, observa-se que houve um acréscimo de oito estabelecimentos entre 2021 e 2022.

A matriz SWOT foi preenchida com base na observação direta e nos dados coletados, levando em consideração que os pontos fortes e pontos fracos estão relacionados à realidade das empresas, enquanto as oportunidades e ameaças foram avaliadas no contexto externo. Para avaliar as forças das empresas, considerou-se as características do produto, como variedade, tamanho das porções, preço e formas de pagamento. Também observou-se se as empresas possuíam uma localização estratégica e ofereciam serviços adicionais, como entrega em domicílio, para atrair mais clientes. Além disso, foi verificado se as empresas tinham uma presença forte nas redes sociais e se vendiam seus produtos online, o que poderia aumentar sua exposição e alcance de clientes. O clima do município durante todo o ano, favorável à comercialização da polpa de açaí congelada, também foi considerado.

Na análise das fraquezas, foi necessário identificar as possíveis limitações das empresas, como a qualidade do produto em relação às Boas Práticas de Fabricação (BPF) e a falta de diretrizes organizacionais claras na formação de preços. Além disso, o número de empresas que comercializam açaí na cidade foi considerado. O grande número de empresas atuando na mesma atividade pode ser um obstáculo para o sucesso individual de cada empresa. Também foi verificada a interação das empresas com outros setores da sociedade, como as instituições de ensino.

Com base nesses diagnósticos e nas observações feitas durante a pesquisa, no **Quadro 1** pode ser observada a matriz SWOT para análise do setor de comercialização de açaí em Nossa Senhora da Glória.

*Com relação às forças:*

- Nossa Senhora da Glória conta com diversas empresas que oferecem uma ampla variedade de produtos derivados do açaí, visando atender aos diferentes perfis de consumidores. Além disso, os produtos são disponibilizados em diferentes tamanhos de porções, com preços que variam entre R\$ 20,00 e R\$ 46,00 por litro (a maioria das empresas comercializa o produto por R\$ 35,00 por litro). Essa diversidade de opções de produtos e preços é uma estratégia importante para as empresas de açaí, uma vez que permite atender a diferentes necessidades e preferências dos consumidores, bem como ampliar o alcance de mercado e aumentar as vendas.
- As empresas de açaí de Nossa Senhora da Glória, inovaram com relação à forma de pagamento, pois antes recebiam por meio de dinheiro e cartões e agora recebem também através



de pix. Esse tipo de pagamento é uma opção mais rápida, segura e econômica, dando mais possibilidades às empresas, pois fica mais simples fazer o fluxo de caixa do negócio ao receber imediatamente em tempo real.

- A maioria das empresas de açaí em Nossa Senhora da Glória está localizada no centro da cidade, próximo a outras lojas, supermercados e academias, em avenidas e bairros de grande circulação de pessoas, facilitando o acesso e aumentando a visibilidade da marca. Além disso, seguindo a tendência de crescimento da cidade, algumas empresas se instalaram em bairros mais afastados do centro, mas próximos a escolas e mercearias, com o objetivo de atrair potenciais consumidores para seus estabelecimentos.

- Entrega de produtos a domicílio. Foi verificado o uso de dois aplicativos de *delivery* (Compre sem fila, Quero *delivery*) atuando no município e de outras ferramentas como o WhatsApp, que permite que os consumidores façam seus pedidos através dos aplicativos e recebam o produto em sua residência.

- O uso de mídias sociais é uma prática importante para as empresas, já que auxilia na divulgação do produto e na consolidação de sua marca. As empresas de açaí de Nossa Senhora da Glória utilizam as mídias sociais, atuando principalmente no Instagram e WhatsApp.

- No Nordeste o clima é quente o ano todo, fato esse que favorece a comercialização da polpa do açaí congelada. Esse produto apresenta uma boa aceitação pelo público consumidor de Nossa Senhora da Glória principalmente por ser um produto de fácil acesso para se refrescar.

*Com relação às fraquezas:*

- Do ponto de vista higiênico sanitário, estudos apontam que os estabelecimentos de Nossa Senhora da Glória apresentam baixa adequação quanto à aplicação das BPF, podem levar a diversos problemas relacionados à segurança e qualidade dos produtos fabricados, tais como: contaminação por microrganismos patogênicos, que podem causar doenças nos consumidores; alteração das características sensoriais (sabor, odor, textura, cor) dos produtos, comprometendo sua qualidade e aceitação pelos consumidores; e perda de credibilidade da empresa junto aos consumidores e órgãos fiscalizadores (DÓRIA, 2021).

- A falta de padronização dos produtos comercializados pode estar relacionada à qualidade do produto e pode prejudicar a fidelização dos clientes.

- As empresas não possuem diretrizes organizacionais estabelecidas, ou seja, isso pode dificultar a execução de planos de ação e na realização dos objetivos de longo prazo, impedindo o crescimento das empresas.

**Quadro 1** - Resultado da matriz SWOT

<b>Análise Interna</b>	
Força ( <i>Strengths</i> )	Fraquezas ( <i>Weaknesses</i> )
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidade de opções de produtos e preços;</li> <li>• Diversidade de formas de pagamentos;</li> <li>• Localização estratégica das empresas;</li> <li>• Uso de aplicativos de <i>delivery</i>;</li> <li>• Uso de mídias sociais;</li> <li>• Clima quente durante todo o ano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baixa qualidade dos produtos em relação às BPF;</li> <li>• Falta de padronização dos produtos;</li> <li>• Ausência das diretrizes organizacionais;</li> <li>• Ausência da análise de concorrência;</li> <li>• Falta de conhecimento para a definição do preço;</li> <li>• Falta de interação entre instituições de ensino e empresas da cadeia.</li> </ul>
<b>Análise Externa</b>	
Oportunidades ( <i>Opportunities</i> )	Ameaças ( <i>Threats</i> )
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de franquias como modelos de negócios;</li> <li>• Cenário favorável de geração de emprego;</li> <li>• Crescente demanda por produto com propriedades nutricionais;</li> <li>• Oferece serviços diferenciados dos demais concorrentes;</li> <li>• Estabelecer interações entre instituições como SEBRAE, SENAC e instituições de ensino como UFS e IFS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgimento de novas empresas e crescimento de concorrência;</li> <li>• Instabilidade econômica;</li> <li>• Maior atuação da vigilância sanitária;</li> <li>• Aumento no preço do açaí ao longo dos anos.</li> </ul>

Fonte: Própria (2022).

- A maioria das empresas também não realizam análise dos concorrentes, portanto elas não têm informações sobre seus concorrentes. Num cenário como o de Nossa Senhora da Glória, onde são verificados muitos concorrentes, isso pode afetar o sucesso das empresas.

- A falta de conhecimento para a definição do preço é um fator prejudicial para o negócio, pois sem esse conhecimento não é possível à empresa saber a margem de lucro que a empresa pode obter, nem mesmo diminuir as incertezas e dificuldades em longo prazo.

- Como já foi citado, não existe troca de interação entre as empresas de açaí e as entidades como SEBRAE, SENAC e outras instituições públicas que estão localizadas no município como UFS e IFS. Essa falta de diálogo e cooperação é prejudicial para as empresas, pois elas perdem a oportunidade de receber orientações e treinamentos para alavancar seus negócios e capacitar seus colaboradores. Em caso de instabilidade na gestão do negócio, as empresas ficam desamparadas, sem a possibilidade de contar com o suporte dessas entidades.

*Com relação às oportunidades:*

- O modelo de negócio de franquias de açaí podem ser uma boa opção de investimento, uma vez que demandam baixo investimento inicial e garantem lucro ao empreendedor. As franquias oferecem produtos diferenciados e já estão organizadas. Uma das principais vantagens de se investir em uma franquia é que o franqueador oferece suporte e treinamento para o franqueado, incluindo treinamento operacional e gerencial, bem como suporte na escolha da localização, desenvolvimento do negócio e marketing. Isso significa que mesmo que o franqueado não tenha experiência em gestão de empresas, ele receberá todo o apoio necessário para administrar o negócio com sucesso diminuindo o risco de falência ou prejuízo.
- Conforme mencionado anteriormente, Nossa Senhora da Glória apresenta um cenário favorável para a geração de empregos, o que contribui para o aumento da renda de muitas famílias. Esse cenário econômico favorável pode beneficiar também o setor de alimentação, no qual está inserido o setor de açaí, uma vez que as famílias com maior poder aquisitivo tendem a consumir mais produtos alimentícios, o que pode aumentar as vendas desse setor.
- A grande demanda pela polpa de açaí se deve, entre outros fatores, às suas propriedades antioxidantes, energéticas e alto valor nutricional. Nesse sentido, as empresas do setor devem oferecer novos produtos inovadores que agreguem valor e aumentem o lucro, direcionados a diferentes públicos-alvo, como *gamers*, *fitness*, infantil, entre outros. Os consumidores estão cada vez mais conscientes da importância de alimentos saudáveis e tendências de mercado, estando dispostos a pagar mais por produtos que ofereçam benefícios à saúde.
- As empresas podem buscar parcerias para melhorar seus produtos, serviços e a gestão de seus negócios, bem como treinar seus colaboradores por meio de parcerias com entidades presentes e atuantes no município como SEBRAE, UFS, IFS e SENAC.

*Com relação às ameaças:*

- A instabilidade econômica é um período de incerteza que muitas empresas tendem a enfrentar, aconteceu principalmente durante a pandemia de COVID-19, mas pode prosseguir por muitos anos, pois quando a economia do país não vai muito bem, o poder de compra dos consumidores diminui, afetando na lucratividade das empresas.
- O surgimento de novas empresas na mesma área de atuação na cidade ocasiona o crescimento da concorrência. Como podemos ver na cidade de Nossa Senhora da Glória que apresenta 30 empresas que comercializam açaí, onde essa vão disputar o mesmo espaço no mercado e o mesmo público alvo, ou seja, a concorrência é considerada grande.
- O açaí é um produto que tem apresentado um grande crescimento na sua comercialização, tanto no Brasil como na exportação para outros países. Isso tem feito com que o preço do

produto venha aumentando continuamente ao longo dos anos.

- A vigilância sanitária é um conjunto de ações capazes de eliminar, diminuir ou prevenir riscos para a saúde intervindo em problemas sanitários. Dessa forma, a maior atuação da vigilância sanitária, em estabelecimentos de açaí pode proporcionar o fechamento de alguns estabelecimentos por falta de adequações, sejam elas no ambiente de venda, nos utensílios, por meio dos colaboradores ou no produto.

## CONCLUSÕES

Com base nas informações apresentadas neste estudo, observa-se um aumento no número de estabelecimentos que comercializam açaí em Nossa Senhora da Glória em 2022, em comparação com o ano de 2021. Esses estabelecimentos oferecem uma variedade de preços e formas de comercialização do açaí. No entanto, o estudo revelou que as empresas possuem poucos conhecimentos sobre diretrizes estratégicas, análise de concorrência e matriz SWOT, o que pode resultar em dificuldades futuras. Portanto, é necessário que as empresas busquem mais informações sobre esses assuntos, pois este trabalho fornece dados relevantes que podem auxiliá-las a enfrentar possíveis desafios futuros.

Em suma, este estudo fornece uma visão abrangente do mercado de açaí em Nossa Senhora da Glória/SE, identificando aspectos positivos e áreas de melhoria para as empresas. As informações e *insights* apresentados podem ser utilizados pelas empresas para tomar decisões estratégicas e se destacarem nesse setor em crescimento, aproveitando as oportunidades e enfrentando as ameaças com maior eficácia.

## REFERÊNCIAS

BARAGATTI, W. P. et al. Estudo de mercado através da análise SWOT e estratégia de precificação para desenvolvimento de um novo implemento agrícola para aplicação de mulching. **Revista Campo da História**, v. 6, n. 1, p. 18-41, 2021. Disponível em: <https://campodahistoria.com.br/ojs/index.php/rcdh/article/download/6/10/26>.

BARBOSA, J. R; DE CARVALHO JUNIOR, R. N. Food sustainability trends-How to value the açaí production chain for the development of food inputs from its main bioactive ingredients?. **Trends in Food Science & Technology**, v. 124, p. 86-95, 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 1, de 7 de janeiro de 2000. **Aprova o regulamento técnico geral para fixação dos padrões de**

**identidade e qualidade para polpa de fruta.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, 2000.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações.** 1.ed. 13ª tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COELHO, D. B. et al. **Cadeia Global de Valor Açaí.** 2017. Disponível em: <https://ri.espm.br/wp-content/uploads/2018/08/Setor-do-A%C3%A7a%C3%AD.pdf>. Acesso em: 6 jul. 2023.

CONAB. Florence Rios Serra - **Analista de mercado** – Engenheira de Alimentos. Brasília, DF, 2020. Disponível em: [https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercadoagropecuarioeextrativista/analisesdomercado/historicomensaldeacai/item/download/31586\\_6bed23dba499b257e49c5c26b194ddfd](https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercadoagropecuarioeextrativista/analisesdomercado/historicomensaldeacai/item/download/31586_6bed23dba499b257e49c5c26b194ddfd). Acesso em: 5 jul. 2023.

DE FREITAS, D. G.; CARVALHAES, M. A.; BEZERRA, V. S. **Boas práticas na cadeia de produção de açaí.** Embrapa Amapá-Fôlder/Folheto/Cartilha (INFOTECA-E), 2021. Disponível em: <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1135385/1/CPAF-AP-2021-Boas-praticas-cadeia-producao-acai.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2023.

DÓRIA, J. I. **Qualidade e condições de comercialização da polpa de açaí (*Euterpe oleracea* Martus) na cidade de Nossa Senhora da Glória – Sergipe.** Nossa Senhora da Glória – SE, 2021. Disponível em: [https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/15629/3/Jadeilma\\_Inacio\\_Doria.pdf](https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/15629/3/Jadeilma_Inacio_Doria.pdf). Acesso em: 5 jul. 2023.

EMDAGRO - Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe. **Relatório Anual de Atividades 2015.** Estado de Sergipe. Fevereiro, 2016.

FERREIRA, E. P. et al. Gestão estratégica em frigoríficos: aplicação da análise SWOT na etapa de armazenagem e expedição. **Gestão & Produção**, v. 26, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/yK5NnCcXzzyMJ3nYxz8qQjD/?format=pdf&lang=pt>.

FERREIRA, J. S.; FERREIRA, L. W.; FREITAS, A. E. S. Perfil microbiológico de polpas de açaí in natura, pasteurizadas e congeladas, comercializadas na região metropolitana de Belém do Pará. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 6, p. 41450-41457, 2020. Disponível em: <https://brazilianjournals.com/ojs/index.php/BRJD/article/download/12341/10344/31963>.

FERREIRA, L. C. A. **Proposta de melhoria de layout em uma empresa de assistência técnica.** 2021. Disponível em:

[https://arandu.iffarroupilha.edu.br/bitstream/itemid/227/1/Luiza%20Carolina\\_%20proposta%20de%20melhoria%20em%20layout.pdf](https://arandu.iffarroupilha.edu.br/bitstream/itemid/227/1/Luiza%20Carolina_%20proposta%20de%20melhoria%20em%20layout.pdf). Acesso em: 7 set 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

IBGE, 2023. IBGE. **Sidra: Banco de Tabelas Estatísticas.** Disponível em:

<https://sidra.ibge.gov.br/home/ipca/brasil> Acesso em: 06 jul. 2023a.

IBGE. **Cidades: Nossa Senhora da Glória.** Panorama. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/nossa-senhora-da-gloria/panorama>. Acesso em: 06 jul. 2023b.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** São Paulo: Pearson Education, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica.** In: Fundamentos da metodologia científica. 2010. p. 320-320.

MARTINS, G. H.; WIENS, H.; FERREIRA, R. L.; MARTINS, S. S. F. (2013). **Análise SWOT: estudo de caso em uma indústria de pequeno porte de móveis para escritório.** In Anais do 10º Congresso Internacional de Administração (pp. 1-10). Ponta Grossa: UEPG.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing: análise, planejamento e controle.** 5. ed. São Paulo: Atlas 1999. Acesso em: 20 mar 2023.

Observatório de Sergipe. **Produto Interno Bruto dos Municípios PIB - 2019.** Disponível em: <https://docs.observatorio.se.gov.br/wl/?id=EiB70E27xqSMh1EQ9Je35mF9EGn61pMG>. Acesso em: 06 jul. 2023.

PALIWAL, R. (2006). EIA practice in India and its evaluation using SWOT analysis.

**Environmental Impact Assessment Review**, 50(5), 492-510.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.eiar.2006.01.004>.

PAIVA, M. V.; GUERRA, M. G. G. V. Análise SWOT como ferramenta estratégica no processo avaliativo do curso de Administração Pública do IFPB. **Revista de Gestão e Avaliação Educacional**, v. 10, n. 19, p. 65770-1-13, 2021. Disponível em: [https://web.archive.org/web/20210811000206id\\_/https://periodicos.ufsm.br/regae/article/download/65770/pdf](https://web.archive.org/web/20210811000206id_/https://periodicos.ufsm.br/regae/article/download/65770/pdf).

SCHULTZ, G.; ZANETTI, C.; WAQUIL, P. D. **Análise da competitividade das cadeias produtivas agroindustriais**. In: SCHULTZ, Glauco; WAQUIL, Paulo Dabdab (Org.). Políticas públicas e privadas e competitividade das cadeias produtivas agroindustriais. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2011. p. 13-44. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/214222/000878651.pdf?sequence=1>.

SEDAP - Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e da Pesca. **Indicadores Agropecuários - Açaí**. Disponível em: <https://www.sedap.pa.gov.br/boletim-cvis>. Acesso em: 06 jul. 2023.

SILVA, A. P. DO MARKETING TRADICIONAL AO DIGITAL: **UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE RELACIONAMENTO DA EMPRESA SECAD NO AMBIENTE DIGITAL**. Porto Alegre, 2018. 79 f. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/192977/001087576.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 22 ago 2022.