

**ESTUDO DO MERCADO E DA
COMERCIALIZAÇÃO DO SETOR DE AÇAÍ EM
NOSSA SENHORA DA GLÓRIA/SE**

**MARKET AND COMMERCIALIZATION STUDY
OF THE AÇAÍ SECTOR IN NOSSA SENHORA DA
GLÓRIA/SE**

DOI: <https://doi.org/10.31692/2764-3425.v4i1.440>

¹SIMONE MAZZUTTI

Departamento de Agroindústria do Sertão, UFS, monemazzutti@gmail.com

²ANGELISE DURIGON

Departamento de Engenharia de alimentos, UFS, angelise@academico.ufs.br

³LUIZ FELIPE DE SANTANA SANTOS

Graduando em Agroindústria, UFS, felipesantos.santos.9655@gmail.com

⁴JOÃO PAULO NATALINO DE SÁ

Doutor em Ciência e Tecnologia de Alimentos, UFS, jpsadessa@academico.ufs.br

⁵MARIA VALDENIA NUNES SIMPLICIO

Graduada em Agroindústria, UFS, valdenians@gmail.com

O mercado de açaí tem crescido consideravelmente, inclusive em Nossa Senhora da Glória - Sergipe, onde, em 2021, já contava com mais de 20 pontos de venda. Este estudo visou aplicar a matriz SWOT, cujo termo deriva de quatro variáveis na língua inglesa - *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças), para diagnosticar a comercialização de açaí na cidade. Utilizou-se o procedimento metodológico observacional, onde as informações do ambiente foram encontradas de forma exploratória, através de referências bibliográficas, banco de dados, redes sociais e visitas *in loco*. Foram identificados 30 estabelecimentos que estão distribuídos pelos bairros da cidade, concentrando-se mais na região central. A maioria dos estabelecimentos utiliza mídias sociais, principalmente *Instagram* e *WhatsApp*, para promover seus negócios. Além disso, foi analisado dados socioeconômicos do município de Nossa Senhora da Glória, revelando mais de 4000 empregos formais e um Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* de R\$ 18.738 em 2020. Na matriz SWOT, destacam-se pontos fortes como diversidade de produtos, formas de pagamento e uso de mídias sociais. As oportunidades incluem expansão através de franquias, crescimento econômico local e parcerias com instituições educacionais. Porém, observou-se fraquezas como baixa qualidade dos produtos em relação às boas práticas de fabricação, falta de diretrizes organizacionais, análise de concorrência e conhecimento para definição de preços. As empresas devem considerar ameaças como instabilidade econômica nacional, rigor da vigilância sanitária local e aumento constante nos preços do açaí. Este estudo fornece dados relevantes para ajudar as empresas de açaí em Nossa Senhora da Glória a enfrentar desafios e aproveitar oportunidades futuras.

Palavras-Chave: Ameaças; Análise de concorrentes; Marketing; Matriz SWOT; Oportunidades.

ABSTRACT

The açaí market has grown considerably, including in Nossa Senhora da Glória - Sergipe, where, in 2021, there were already more than 20 points of sale. This study aimed to apply the SWOT matrix, a term derived from four variables in English - Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats, to diagnose the commercialization of açaí in the city. The observational methodological procedure was used, where information about the environment was found in an exploratory manner through bibliographic references, databases, social networks, and on-site visits. Thirty establishments were identified, distributed across the city's neighborhoods, with a higher concentration in the central region. Most establishments use social media, mainly *Instagram* and *WhatsApp*, to promote their businesses. Additionally, socioeconomic data from the municipality of Nossa Senhora da Glória were analyzed,

revealing more than 4,000 formal jobs and a Gross Domestic Product (GDP) *per capita* of R\$ 18,738 in 2020. In the SWOT matrix, strengths such as product diversity, payment methods, and use of social media stand out. Opportunities include expansion through franchises, local economic growth, and partnerships with educational institutions. However, weaknesses were observed, such as low product quality concerning good manufacturing practices, lack of organizational guidelines, competitor analysis, and knowledge for pricing. Companies should consider threats such as national economic instability, strict local sanitary surveillance, and constant increases in açaí prices. This study provides relevant data to help açaí businesses in Nossa Senhora da Glória face challenges and seize future opportunities.

Keywords: Threats; Competitor Analysis; Marketing; SWOT Matrix; Opportunities.

INTRODUÇÃO

A comercialização de açaí vem ganhando cada vez mais espaço, impulsionada pela exposição midiática que destaca suas propriedades nutricionais e sensoriais, como fibras, proteínas e compostos bioativos (COELHO et al., 2017). Originário do açazeiro, o açaí é um fruto típico da região Amazônica, com cultivo e extração em nove estados brasileiros: Pará, Amazonas, Maranhão, Acre, Roraima, Rondônia, Amapá, Bahia, Tocantins, Espírito Santo e Alagoas (DE FREITAS; CARVALHAES; BEZERRA, 2021).

Em Sergipe, as regiões sul, litoral norte, agreste e áreas irrigadas possuem condições climáticas e de solo adequadas para o cultivo do açaí. No entanto, em Nossa Senhora da Glória, no nordeste do estado, o clima e o solo não são favoráveis para o plantio. Apesar disso, a comercialização da polpa de açaí tem crescido significativamente nos últimos anos nesse município (EMDAGRO, 2016; DÓRIA, 2021). Esse crescimento foi evidenciado no estudo de DÓRIA (2021), que identificou 22 pontos de venda de polpa de açaí na cidade, analisando as condições higiênico-sanitárias dos estabelecimentos.

Diante desse cenário, é relevante destacar que os consumidores de Nossa Senhora da Glória têm diversas opções para adquirir açaí, influenciados por fatores como publicidade, promoções, localização e preço. Isso evidencia a necessidade de uma pesquisa utilizando a matriz SWOT para analisar o perfil do mercado de açaí na cidade e entender como as empresas estão posicionadas em relação a preço, localização, promoção e produto. A partir dessa análise, é possível identificar as estratégias que as empresas utilizam para se manterem competitivas no mercado.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Açaí (*Euterpe oleracea* Mart.)

O açaí, fruto do açazeiro, é nativo da América Central e do Sul, sendo a palmeira com maior produtividade na região amazônica. Na região norte do Brasil, o açaí é um alimento básico na dieta da população. Nos últimos anos, o açaí ganhou reconhecimento internacional como um alimento funcional devido aos seus benefícios nutricionais, composição fitoquímica e alta capacidade antioxidante (MENEZES; TORRES; SRUR, 2008; BONOMO et al., 2014).

A expansão do açaí no Brasil e em outros países pode ser atribuída às suas propriedades nutricionais e alto valor calórico. Ele é rico em proteínas, fibras, lipídios, vitamina E e minerais como manganês, cobre, boro e cromo. Além disso, o açaí contém compostos bioativos, como polifenóis da classe dos flavonoides (CEDRIM; BARROS; NASCIMENTO, 2018).

Para obter a polpa de açaí, é necessário mergulhar o fruto em água morna por um determinado

período para amolecer o mesocarpo antes do despulpamento. Este processo é realizado com o auxílio de máquinas mecânicas, que podem ser manuais ou elétricas, com ou sem adição de água. Em seguida, o produto obtido é peneirado para separar a polpa, que será consumida (PAGLIARUSSI, 2010).

A polpa de açaí representa de 5 a 15% do peso total do fruto (GURGEL, 2021). Após o processamento com adição de água, a polpa é classificada de acordo com o teor de sólidos totais: tipo A (especial), com teores acima de 14%; tipo B (médio), com teores entre 14 e 11%; e tipo C (popular), com teores de 11 a 8% de sólidos totais (BRASIL, 2000; FERREIRA; FERREIRA; FREITAS, 2020).

Na região Norte, onde o consumo da polpa de açaí é imediato, ela é normalmente comercializada em temperatura ambiente. No entanto, quando destinada a regiões mais distantes, como outras cidades e países, é comum que a polpa passe pelo processo de pasteurização. Após a pasteurização, o açaí precisa ser refrigerado ou congelado para preservar sua qualidade (FERREIRA; FERREIRA; FREITAS, 2020). A pasteurização é um tratamento térmico brando que utiliza temperaturas inferiores a 100 °C por um determinado período, com o objetivo de eliminar parcialmente a microbiota comum e totalmente os microrganismos patogênicos, além de inativar enzimas que poderiam causar reações de deterioração, como o escurecimento (FELLOWS, 2000).

Conforme informações da Embrapa, as atividades de extração, comercialização, transporte e industrialização de palmito e frutos do açaizeiro são responsáveis pela geração de 25 mil empregos diretos e geram anualmente mais de R\$ 40 milhões em receitas (HENZ, 2019).

Nos últimos cinco anos, o Brasil produziu, em média, 1,23 milhão de toneladas de frutos de açaí por ano, com a produção nacional predominantemente oriunda da região Norte, que concentra 99,7% do volume total. Dentro da região Norte, o estado do Pará é historicamente o líder absoluto na produção nacional, com uma média anual de 1,18 milhão de toneladas de frutos nos últimos cinco anos (SEDAP, 2020).

Matriz SWOT

A Matriz SWOT é uma ferramenta de gestão amplamente utilizada por empresas de todos os portes, sejam elas pequenas, médias ou grandes (PAIVA; GUERRA, 2021). SWOT é um acrônimo derivado das palavras em inglês: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). No contexto brasileiro, essa matriz também é conhecida como Matriz FOFA.

A análise SWOT envolve o mapeamento dos pontos fortes e fracos do ambiente interno, bem como das oportunidades e ameaças do ambiente externo da organização. Esse processo é essencial para alcançar objetivos por meio do planejamento estratégico (FERREIRA et al., 2019) e para auxiliar na elaboração do plano de marketing.

Os critérios avaliados no ambiente interno incluem recursos financeiros, liderança e imagem de mercado, condicionamento competitivo que gera barreiras à entrada de novos competidores, tecnologia, vantagens de custo, propaganda, competência e inovação de produtos (CHIAVENATO; SAPIRO, 2003; BARAGATTI et al., 2021). Já o ambiente externo abrange todos os fatores fora do controle da empresa, como o mercado, que, embora não possa ser controlado, deve ser constantemente monitorado para que oportunidades sejam aproveitadas e ameaças evitadas (SCHULTZ; ZANETTI; WAQUIL, 2011).

METODOLOGIA

Local da pesquisa

A pesquisa foi realizada na cidade de Nossa Senhora da Glória, estado de Sergipe, localizada no alto Sertão Sergipano. A cidade tem população estimada de 41.267 habitantes (IBGE, 2022) e está localizada a 126 km de distância da capital Aracaju.

Perfil socioeconômico de Nossa Senhora da Glória

Foi realizada uma pesquisa documental para identificar o perfil socioeconômico de Nossa Senhora Glória através de uma pesquisa documental em fontes primárias, como documentos pertencentes a arquivos públicos; arquivos de instituições e fontes estatísticas (LAKATOS; MARCONI, 2001). Essa pesquisa ocorreu através de sites como IBGE, SEBRAE e Observatório de Sergipe da Secretaria Geral de Governo (SEGG). Esses dados foram analisados e descritos na discussão.

Identificação dos pontos de comercialização de açaí

A identificação dos pontos que comercializam açaí foi realizada através das ferramentas *Google Earth* em conjunto com o *Google Maps* no ano de 2022. Os pontos presentes no mapa foram adicionados um por um, através de visitas *in loco* nos estabelecimentos que comercializam açaí.

Coleta de dados nos estabelecimentos que comercializam açaí

A pesquisa foi realizada nos estabelecimentos que comercializam açaí em Nossa Senhora da

Glória, Sergipe. O método utilizado foi de caráter observacional, com coleta de dados realizada durante visitas *in loco*. Além disso, informações foram obtidas através de redes sociais e aplicativos de *delivery*. Os dados coletados incluíram a localização dos estabelecimentos, preços, cardápio (incluindo tamanho das porções e descrição dos produtos), horários de funcionamento, aplicativos de *delivery* utilizados, formas de pagamento aceitas e promoções oferecidas. Também foram avaliados possíveis diferenciais dos produtos, como tipos de embalagens utilizadas na comercialização. Adicionalmente, os preços praticados por outras empresas foram comparados através de aplicativos de *delivery*.

Aplicação da matriz SWOT

A ferramenta matriz SWOT foi utilizada para identificar os pontos fracos, pontos fortes, oportunidades e ameaças das empresas que comercializam açaí em Nossa Senhora da Glória. Essa ferramenta permitiu a análise das condições internas e externas das empresas que comercializam açaí no município. Somando-se aos dados obtidos por observação direta e da aplicação dos questionários, foi realizada uma visita ao escritório do SEBRAE em Nossa Senhora da Glória para obter mais informações sobre o hábito das empresas que comercializam açaí em buscar auxílio.

A análise SWOT foi realizada a partir da interpretação sobre esses dados coletados possibilitando à criação de um quadro que apresenta os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças das empresas do setor de açaí de Nossa Senhora da Glória/SE.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nossa Senhora da Glória tem experimentado um aumento populacional significativo, impulsionado principalmente pelo crescimento dos empregos formais. De acordo com dados do Ministério da Economia, em 2021, o município contava com 4.255 empregos formais. Os setores mais relevantes foram 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 R\$ 15.466,17 em 2019, com os principais contribuintes sendo 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. Em 2020, o PIB *per capita* aumentou para R\$ 18.738,23, representando uma tendência de alta (OBSERVATÓRIO DE SERGIPE, 2022; IBGE, 2022). Assim como ocorre em muitos municípios do Brasil, alguns dados socioeconômicos de Nossa Senhora da Glória estão

desatualizados. Em 2010, o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) foi de 0,587, considerado médio. Em 2020, o salário médio mensal dos trabalhadores formais foi de 1,9 salários mínimos (IBGE, 2022).

A melhora na renda nos últimos tempos pode ter contribuído para o desenvolvimento do setor de serviços, incluindo a comercialização de açaí. Uma das formas mais populares de consumo do açaí é o "açaí na tigela", uma preparação rápida, de baixo custo, energética e nutritiva. Essa preparação consiste na polpa da fruta congelada batida no liquidificador e acompanhada de frutas e outros ingredientes como granola, xarope de guaraná e castanhas, sendo normalmente servida em uma tigela (SILVA et al., 2018).

Na Figura 1, observa-se a presença de 30 estabelecimentos que comercializam açaí em Nossa Senhora da Glória/SE em 2022. Entre esses estabelecimentos, incluiu-se um mini mercado que vendia potes de açaí de 500 mL por meio de aplicativos de *delivery*. Esse aumento no número de pontos de venda é corroborado por um estudo de DÓRIA (2021), que registrou 22 estabelecimentos (*trailers*, sorveterias e distribuidoras) no ano de 2021. Portanto, houve um acréscimo de oito estabelecimentos entre 2021 e 2022.

Figura 01: Localização das empresas que comercializavam açaí no ano de 2022 no município de Nossa Senhora da Glória/SE.



Fonte: Própria (2022).

De acordo com o Radar SEBRAE, Nossa Senhora da Glória conta com 21 empresas no setor

de lanchonetes, algumas das quais também atuam no setor de açaí (RADAR SEBRAE, 2020). Esses dados destacam o crescimento significativo do comércio de açaí na região e a consequente expansão do setor. A maioria dos estabelecimentos de açaí ficam localizadas no centro da cidade, seguido por estabelecimentos que ficam em bairros próximos ao centro. As razões pelas quais as empresas de açaí da cidade de Nossa Senhora da Glória escolhem o centro da cidade podem ser pela melhor infraestrutura, maior possibilidade de mão de obra, maior fluxo de pessoas, proximidade de escolas, supermercados e lojas. Além disso, no centro da cidade ocorre a feira livre do município todos os finais de semana, o que atrai muitas pessoas de outros municípios.

Matriz SWOT

Após as visitas aos estabelecimentos que comercializam açaí em Nossa Senhora da Glória/SE e da obtenção dos demais dados, foi possível construir a matriz SWOT. Essa análise foi preenchida com base nas observações diretas e nos dados coletados, considerando que os pontos fortes e fracos refletem a realidade das empresas, enquanto as oportunidades e ameaças foram avaliadas a partir de cenários externos e está apresentada no Quadro 1.

Para avaliar as forças das empresas, foram consideradas as características do produto, como variedade, tamanho da porção, preço e formas de pagamento. Verificou-se que os produtos eram comercializados em diferentes tamanhos de porções, com preços que variavam entre R\$ 20 e R\$ 46. 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. Além disso, as empresas aceitam pagamento em espécie, cartão e por meio de pix.

Outros fatores considerados como forças, conforme apresentado no Quadro 1, incluem a localização estratégica das empresas e a oferta de serviços adicionais, como entrega em domicílio, que podem atrair um maior número de clientes. A presença ativa nas redes sociais e a venda *on-line* também foram identificadas como importantes, pois aumentam a exposição e o alcance das empresas (ARAUJO, 2024). Os produtos eram comercializados tanto nos dois principais aplicativos de entrega disponíveis no município quanto via *WhatsApp*. Além disso, o clima quente de Nossa Senhora da Glória ao longo de todo o ano favorece a comercialização dos diversos produtos gelados de açaí, contribuindo para o sucesso dessas empresas (ROCHA, 2023).

A análise das fraquezas, conforme mostrado no Quadro 1, aponta para diversos desafios

enfrentados pelas empresas de açaí em Nossa Senhora da Glória. Entre as principais questões destacam-se a falta de conformidade com as Boas Práticas de Fabricação (BPF), a ausência de diretrizes organizacionais claras e as dificuldades encontradas na definição de preços dos produtos. O elevado número de concorrentes na cidade também representa uma possível barreira ao sucesso individual de cada empresa. Além disso, foi identificada uma carência de interação entre as empresas e outros setores da sociedade, como instituições educacionais. Em termos de higiene e segurança de alimentos, estudos anteriores indicam que os estabelecimentos em Nossa Senhora da Glória têm uma baixa adesão às boas práticas de fabricação (BPF) (DÓRIA, 2021), o que pode resultar em diversos problemas, incluindo contaminação por microrganismos patogênicos, alteração das características dos produtos e perda de credibilidade junto aos consumidores e autoridades reguladoras.

Quadro 01: Matriz SWOT da comercialização de açaí em Nossa Senhora da Glória - SE

Análise Interna	
Força (<i>Strengths</i>)	Fraquezas (<i>weaknesses</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de opções de produtos e preços; • Diversidade de formas de pagamentos; • Localização estratégica das empresas; • Uso de aplicativos de <i>delivery</i>; • Uso de mídias sociais; • Clima quente durante todo o ano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baixa qualidade dos produtos em relação às Boas Práticas de Fabricação (BPF); • Ausência das diretrizes organizacionais; • Ausência da análise de concorrência; • Falta de conhecimento para a definição do preço; • Falta de interação entre instituições de ensino e empresa da cadeia.
Análise Externa	
Oportunidades (<i>Opportunities</i>)	Ameaças (<i>Threats</i>)

<ul style="list-style-type: none"> • Uso de franquias como modelos de negócios; • Cenário favorável de geração de emprego; • Crescente demanda por produto com propriedades nutricionais; • Oferecer serviços diferenciados dos demais concorrentes; • Estabelecer interações entre instituições como SEBRAE, SENAC e instituições de ensino como UFS e IFS. 	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimento de novas empresas e crescimento de concorrência; • Instabilidade econômica; • Maior atuação da vigilância sanitária; • Mudanças climáticas • Aumento no preço do açaí ao longo dos anos.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Própria (2022)

A falta de análise dos concorrentes e o desconhecimento na definição de preços representam obstáculos adicionais, impedindo as empresas de entender o mercado e otimizar suas estratégias financeiras. Além disso, a falta de interação com entidades que estão presentes no município como SEBRAE, SENAC, Universidade Federal de Sergipe (UFS) e Instituto Federal de Sergipe (IFS) priva as empresas de valiosas oportunidades de orientação e treinamento, limitando seu potencial de crescimento e desenvolvimento.

O Quadro 1 destaca várias oportunidades que podem ser exploradas pelo setor de açaí em Nossa Senhora da Glória. Uma das principais oportunidades é a adoção do modelo de franquias de açaí, que se mostra atrativo devido ao baixo custo inicial e à perspectiva de lucratividade para os empreendedores. As franquias oferecem uma gama diversificada de produtos já estabelecidos no mercado, garantindo uma base sólida para o sucesso. Além disso, o suporte abrangente do franqueador, incluindo treinamento operacional e gerencial, assistência na escolha da localização, e estratégias de marketing, é uma vantagem significativa.

Outra oportunidade é o cenário favorável para a geração de empregos e aumento da renda familiar. Dados do IBGE mostram que o PIB *per capita* em Nossa Senhora da Glória em 2021 continua crescendo, atingindo valores de R\$ 20.967,52 (IBGE, 2022). O setor de alimentação, onde o açaí está inserido, pode se beneficiar com o aumento do poder aquisitivo da população. Com consumidores mais inclinados a investir em produtos alimentícios, as vendas no setor têm potencial para crescer.

Além disso, a crescente demanda por polpa de açaí, impulsionada por suas propriedades

antioxidantes, energéticas e alto valor nutricional, abre espaço para inovações no desenvolvimento de novos produtos direcionados a segmentos variados, como *gamers*, entusiastas de fitness e crianças. Com uma consciência crescente sobre a importância de uma alimentação saudável, os consumidores estão mais dispostos a investir em produtos que ofereçam benefícios à saúde e nesse sentido o açaí tem se destacado como um superalimento (FISPAL SORVETES, 2024).

Por fim, as empresas do setor podem fortalecer suas operações e expandir suas ofertas por meio de parcerias estratégicas com entidades locais, como SEBRAE, UFS, IFS e SENAC. Essas parcerias podem incluir programas de capacitação para colaboradores, desenvolvimento de novas formulações e estratégias de marketing, melhorias na gestão dos estabelecimentos, participação em programas de estágio e colaboração com empresas juniores da UFS.

Com relação as ameaças, o Quadro 1 aponta que a instabilidade econômica, especialmente evidenciada durante a pandemia de COVID-19, pode persistir por um período prolongado, afetando a lucratividade das empresas devido à diminuição do poder de compra dos consumidores. Esse cenário cria desafios significativos para as empresas, que podem precisar ajustar suas estratégias para se adaptar a um ambiente econômico incerto.

O surgimento de novas empresas na mesma área de atuação, como no caso das 30 empresas que comercializam açaí em Nossa Senhora da Glória, aumenta a concorrência e torna essencial para as empresas estabelecidas encontrarem maneiras de se destacar no mercado. Isso pode envolver diferenciação de produtos, melhoria na qualidade do serviço ao cliente, estratégias de marketing mais eficazes e até mesmo parcerias estratégicas para ampliar o alcance e a oferta.

Outro ponto destacado como uma ameaça é o crescente interesse e demanda pelo açaí, tanto no mercado nacional quanto internacional, têm impulsionado o aumento contínuo do preço do produto ao longo dos anos (SIQUEIRA, 2024). Além disso, as mudanças climáticas podem influenciar na produção de açaí. Isso pode representar um desafio para as empresas do setor, que precisam equilibrar os custos de produção com a competitividade do preço de venda.

A vigilância sanitária desempenha um papel crucial na garantia da segurança alimentar e na proteção da saúde pública. A fiscalização mais rigorosa pode levar ao fechamento de estabelecimentos que não estejam em conformidade com as normas sanitárias, seja devido a deficiências no ambiente de venda, nos utensílios utilizados, na higiene dos colaboradores ou na qualidade do produto. Portanto, é fundamental que as empresas do setor estejam em conformidade com todas as regulamentações sanitárias e invistam em práticas de higiene e segurança de alimentos para garantir a continuidade de suas operações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo revelou um aumento significativo no número de estabelecimentos de venda de açaí em Nossa Senhora da Glória em 2022, em comparação com 2021, oferecendo uma variedade de valores e formas de comercialização. No entanto, identificou-se uma lacuna de conhecimento entre as empresas em relação a diretrizes estratégicas, análise de concorrência e aplicação da matriz SWOT, o que pode representar desafios futuros. Para enfrentar essas dificuldades, as empresas devem buscar mais informações sobre esses aspectos, aproveitando os dados relevantes fornecidos pelo estudo.

A análise SWOT revelou pontos fortes, como diversidade de produtos, preços e formas de pagamento, bem como localização estratégica em áreas movimentadas da cidade e uso eficiente de mídias sociais e serviços de entrega. No entanto, também destacou pontos fracos, como baixa qualidade em relação às Boas Práticas de Fabricação (BPF), falta de diretrizes organizacionais claras, análise de concorrência limitada, falta de expertise na definição de preços e pouca interação com instituições educacionais.

Diante do aumento da concorrência, é crucial que as empresas busquem melhorias em suas práticas e estabeleçam parcerias estratégicas para manter sua competitividade. As oportunidades incluem o potencial das franquias como modelo de negócios, o aumento da renda da população devido à geração de empregos e a crescente demanda por produtos com propriedades nutricionais. Aproveitar as interações com instituições como SEBRAE, SENAC, UFS e IFS também pode ser benéfico para o crescimento das empresas. Em resumo, as empresas de açaí devem estar preparadas para enfrentar desafios, aproveitar as oportunidades e mitigar as ameaças para garantir sua sustentabilidade e sucesso a longo prazo.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, M. L. Redes sociais são usadas por 65% dos brasileiros para compras online, revela pesquisa. CNN Brasil, 12 jul. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/mercado/redes-sociais-sao-usadas-por-65-dos-brasileiros-para-compras-online-revela-pesquisa/>. Acesso em: 22 ago. 2024.

BARAGATTI, W. P.; SANTOS, M. A. S.; KLEINA, R. A.; PRADO, L. H. D. S.; ZILIAN JUNIOR, V. 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.

BONOMO, L. F.; SILVA, D. N.; BOASQUIVIS, P. F.; PAIVA, F. A.; GUERRA, J. F.; MARTINS, T. A.; TORRES, Á. G. J.; PAULA, I. T.; CANESCHI, W. L.; JACOLOT, P.; GROSSIN, N.; TESSIER, F. J.; BOULANGER, E.; SILVA, M. E.; PEDROSA, M. L.; OLIVEIRA, R. P. Açaí (*Euterpe oleracea* Mart.) modulates oxidative stress resistance in *Caenorhabditis elegans* by direct and indirect mechanisms. **PLoS One**, v. 9, n. 3, p. e89933, 2014.

BRASIL. Ministério Da Agricultura, Pecuária E Abastecimento. Instrução normativa n° 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.

CEDRIM, P. C. A. S.; BARROS, E. M. A.; NASCIMENTO, T. G. Propriedades antioxidantes do açaí (*Euterpe oleracea*) na síndrome metabólica. **Brazilian Journal of Food Technology**, v. 21, 2018.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações.** 1.ed. 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: 7 set 2023.

DE FREITAS, D. G.; CARVALHAES, M. A.; BEZERRA, V. S. **Boas práticas na cadeia de produção de açaí.** 2021 Disponível em: <https://www.embrapa.br/documents/10180/46878777/Guia+de+Neg%C3%B3cio+-+Boas+pr%C3%A1ticas+na+cadeia+de+produ%C3%A7%C3%A3o+do+a%C3%A7a%C3%AD/7d697df0-97ae-f4b6-bff4-4a1c662e11ab>. Acesso em: 7 set 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, 2021. **Trabalho de Conclusão de Curso.** Universidade Federal de Sergipe, 2021. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/15629/3/Jadeilma_Inacio_Doria.pdf. Acesso em: 10 jun. 2024.

EMDAGRO - Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe. Relatório Anual de Atividades 2015. ESTADO DE SERGIPE. Disponível em: <https://emdagro.se.gov.br/wp-content/uploads/2018/11/RELATORIO-ANUAL-DE-ATIVIDADES-DA-EMDAGRO-2015.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2024.

FELLOWS, P. **Pasteurización in: tecnologia del processado de los alimentos: principios y prácticas**. Zaragoza- Espanha: Editorial Acribia. 2000, p. 391- 419.

FERREIRA, E. P.; GRUBER, C.; DÍAZ MERINO, E. A.; DÍAZ MERINO, G. S.; LUPI VERGARA, L. G. Gestão estratégica em frigoríficos: aplicação da análise SWOT na etapa de armazenagem e expedição. **Gestão & Produção**, v. 26, 2019.

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.

FISPAL SORVETES. **Açaí: tendência de consumo e fruta como superalimento**. Food Connection. Disponível em: <https://www.foodconnection.com.br/sorvetes/acai-tendencia-de-consumo-e-fruta-como-superalimento>. Acesso em: 22 ago. 2024.

GURGEL, V. C. Análise da viabilidade financeira da produção do açaí (*Euterpe oleracea* Mart.) no município de Macaíba/RN. 2021. 64 f. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Graduação em Engenharia Agrônoma) – Unidade Acadêmica Especializada em Ciências Agrárias, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Macaíba, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/33340>. Acesso em: 10 jun. 2023.

IBGE. **Panorama de Nossa Senhora da Glória**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/nossa-senhora-da-gloria/panorama>. Acesso em: 02 mar 2023.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

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

MENEZES, E. M. da S.; TORRES, A. T; SRUR, A. U. S. Valor nutricional da polpa de açaí (*Euterpe oleracea* Mart) liofilizada. **Acta Amazonica**, v. 38, n. 2, p. 311–316, 2008.

OBSERVATÓRIO DE SERGIPE. **Dados sobre PIB per capita e evolução econômica de Nossa Senhora da Glória**. Disponível em: <https://observatorio.se.gov.br/>. Acesso em: 02 jan 2022.

PAGLIARUSSI, M. S. A cadeia produtiva agroindustrial do açaí: estudo da cadeia e proposta de um modelo matemático. 2010. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Graduação em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2010.

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.

RADAR SEBRAE. **Oportunidades Nossa Senhora da Glória**. Disponível em: <https://radarSEBRAE.com.br/> <https://radarSEBRAE.com.br/>. Acesso em: 02 jan 2023.

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

Acesso em: 28 ago 2023.

ROCHA, S. **Franquia de açaí quadruplica faturamento com dias de calor recorde no Brasil**. Isto É Dinheiro, 29 set. 2023. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/franquia-de-acai-quadruplica-faturamento/>. Acesso em: 22 ago. 2024.

SEDAP. **Panorama agrícola do Pará 2015 / 2020 – Açaí**. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1IHCO1zgxFZk_N4ZXf7ZEBzt70mkmQISM/view. Acesso

em: 28 ago 2023.

SILVA, A. P. da. Do marketing tradicional ao digital: uma análise das estratégias de relacionamento da empresa SECAD no ambiente digital. Porto Alegre, 2018. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Graduação em Comunicação Social: Habilitação em Relações Públicas). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/192977>. Acesso em: 10 jun. 2024.

SILVA, F. W. A.; LIMA, P. F.; LIMA, M. M. L. Marketing Digital como Estratégia Competitiva dentro das Organizações: Um Estudo de Caso em uma Rede Empresarial na Região do Cariri – CE. ID *on line*. **Revista de psicologia**, v. 12, n. 42, p. 85-108, 2018.

SILVA, H. H. **Planejamento estratégico de marketing**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.
SIQUEIRA, Y. **Escassez de açaí no Pará eleva preços durante entressafra**. Agência Cenarium. Disponível em: <https://agenciacenarium.com.br/escassez-de-acai-no-para-eleva-precos-durante-entressafra/>. Acesso em: 22 ago. 2024.

Submetido em: 12/08/2024

Aceito em: 28/08/2024

Publicado em: 31/10/2024

Avaliado pelo sistema *double blind* review