

**UTILIZAÇÃO DA MATRIZ SWOT PARA ANÁLISE ESTRATÉGICA
ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO EM TRÊS LOJAS DE AÇAÍ NO
MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS, ES**

Temática do Trabalho: Engenharia Organizacional (EO)

Christian Secchin Leite⁽¹⁾

Graduando em Engenharia de Produção

Gustavo Castro⁽²⁾

Graduando em Engenharia de Produção

Lucas Alexandre Franklin Toé⁽³⁾

Graduando em Engenharia de Produção

Maurilio Bissaro⁽⁴⁾

Graduando em Engenharia de Produção

Rodrigo Randow de Freitas⁽⁵⁾

Doutor em Aquicultura

Endereço⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾: Universidade Federal do Espírito Santo, Centro Universitário Norte do Espírito Santo, Departamento de Engenharias e Tecnologia. Rodovia BR 101 Norte, Km 60, Bairro Litorâneo, CEP, São Mateus, Espírito Santo, Brasil. Fone/Fax: 55 27 3312-1710. E-mail: ⁽¹⁾ christians.s@hotmail.com ⁽²⁾ Gustavo.raujo@hotmail.com ⁽³⁾ danielfranklin02@hotmail.com ⁽⁴⁾ mauriliobissaro@hotmail.com ⁽⁵⁾ digorandow@gmail.com

PALAVRAS-CHAVE: Análise SWOT, ferramenta estratégica, demanda, estratégia organizacional.

Introdução: O açaí é um alimento rico em proteínas, fibras e lipídios, sendo de grande importância na dieta da população das regiões Norte e Nordeste do Brasil, onde se encontra naturalmente o Açaizeiro. Atualmente é cultivado não apenas nas regiões nortistas, mas em todo o Brasil, sendo consumido de diversas formas como sucos, doces, sorvetes e geleias (Ribeiro, 2015). Como esse mercado está cada vez maior, há necessidade de buscar uma estratégia organizacional bem traçada para enfrentar as dificuldades do ambiente interno e externo dos negócios.

Assim, o objetivo do presente estudo foi realizar um levantamento da situação atual das empresas do ramo de açaí da cidade de São Mateus no estado do Espírito Santo, analisando suas forças e fraquezas, bem como oportunidades de melhorias e ameaças no mercado.

Material & Métodos: O método de pesquisa foi desenvolvido a partir de uma coleta de dados dos três principais estabelecimentos de comercialização de açaí na cidade de São Mateus, ES. Onde a coleta de dados ocorreu por meio de visitas nos estabelecimentos, com entrevistas diretas, utilizando questionário elaborado, com o responsável pelo local. Tudo registrado através de anotações e observações e depois agrupadas de forma sistemática para

propiciar futuras comparações e a fim de obter descrição formal sobre das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Todas as três empresas pesquisadas não estão localizados nos mesmos bairros da cidade e são franquias, isto para que houvesse um nível de equiparação das empresas estudadas, com intuito de que os resultados pudessem ser comparados de forma mais eficaz. 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.

Posteriormente aplicou-se a matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*), com o intuito de melhor visualização dos resultados obtidos e observar realmente a realidade das empresas estudadas (Chiavenato & Sapiro, 2003).

Resultados & Discussão: Pode-se observar claramente que as forças mais visíveis que as empresas possuem são: terem um ano comercial de venda bem regular com picos de no período de férias escolares (dezembro a março). Outro fator de força é que a safra do açaí, que produz bastante, é quase que constante o ano inteiro. Isto faz com que os fornecedores não alterem bruscamente seus preços e garante aos compradores segurança para poder manter seu estoque baixo, sendo controlado apenas pela demanda. Fato que demonstra força, pois baixos estoques e alto giro desse produto, conseqüentemente tem menor perda da qualidade.

Como fraqueza, observou-se que o fator dependência do sucesso da Safra é a principal entre essas três empresas, pois a qualidade do produto que será vendido e o preço que será comprado dos fornecedores dependem muito do sucesso da safra. Outros fatores como: dias frios e chuvosos (que derrubam as vendas), desperdícios diários e manter a qualidade do açaí elevada após dias congelados, são fraquezas presentes nas três empresas.

Como oportunidades, destaca-se o fato que poderiam ter uma maior flexibilidade de produtos para atender a demanda em dias chuvosos e frios (como bebidas quentes e sanduíches), entregas em domicilio e fechar parcerias com outras empresas da cidade, com intuito de aumentar sua divulgação explorando potenciais clientes.

Uma das principais ameaças encontradas está relacionada aos muitos concorrentes próximos, devido á localização geográfica (a cidade ser pequena) e o fato de uma loja de açaí poder ser aberta em qualquer bairro e rapidamente conseguir uma

fatia de mercado, sem grandes esforços de marketing, na qual deixa as empresas com concorrentes muito próximos que podem afetar suas vendas e os forçar a investir em inovações em marketing e baixos custos. Outros fatores de ameaça significativos são: a contaminação do açaí que ocorre muito facilmente se não houver aspectos sanitários muito bem exercidos pela empresa e a dificuldade de encontrar mão de obra qualificada para a preparação do açaí.

Considerações Finais: A partir desse estudo, nota-se que as empresas inseridas no ramo do açaí possuem grande potencial de crescimento e inovação dentro e fora do ramo alimentício. Apesar de essas empresas estudadas possuírem diversas dificuldades, principalmente devido a grande submissão aos fatores climáticos e o sucesso da safra, bem como a logística e manuseio do açaí bruto (já que a maioria das fornecedoras vem do estado do Pará, a 3127 Km do estado do Espírito Santo), o mercado para comercialização do açaí vem sendo fortificado no Brasil inteiro, inclusive na cidade de São Mateus, ES, cenário que pode ser bastante explorado.

Concluiu-se assim que as empresas do ramo de açaí locais poderão enfrentar suas dificuldades explorando suas forças e oportunidades, inovando suas formas de armazenamento e controle de estoque, obtendo produtos substitutos, fechando parcerias com outras empresas e seguindo as tendências do mercado para sobressair em meio à concorrência.

Referências Bibliográficas:

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

Ribeiro, C.G. (2015) – Produção e Consumo de Açaí no Brasil – Artigos que Abordam as Diversas áreas de Conhecimento; Brasil. Disponível em: <<http://www.cpt.com.br/cursos-agroindustria/artigo/producao-e-consumo-de-acai-no-brasil>> Acessado em: 13 de outubro de 2015.