



## DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DA EMPRESA AGRODILMAR PRODUTOS AGRÍCOLAS LTDA.<sup>1</sup>

*Vanessa Carmelina Toso<sup>2</sup>, Maira Fátima Pizolotto<sup>3</sup>, Enise Barth Teixeira<sup>4</sup>. UNIJUI*

**INTRODUÇÃO:** O presente trabalho objetiva descrever e analisar as práticas organizacionais da comercial Agrodilmar Produtos Agrícolas Ltda., situada em Ajuricaba/RS. **METODOLOGIA:** Esta pesquisa se caracteriza como bibliográfica, documental e de campo. A revisão teórica abordou conceitos sobre: Teoria da Administração, Finanças, Planejamento, Produção e Operações, Marketing e Gestão de Pessoas. O estudo se valeu de documentos sistematizadores produzidos nos componentes curriculares de práticas organizacionais do Curso de Administração da UNIJUI. Para a realização da pesquisa de campo foi aplicado um questionário com o proprietário da empresa e também foram realizadas visitas a organização. **RESULTADOS:** O estudo teórico-prático permitiu identificar pontos fortes e fracos na Agrodilmar. Como pontos positivos em sua administração foram identificados: a) a empresa possui referenciais estratégicos definidos o que a auxilia na realização de seus objetivos, b) é realizado planejamento de compras de todos os volumes para todo o ano, c) possui planejamento de suas finanças, d) setor de faturamento e de controle de estoque informatizado, e) investimento realizado na parte estrutural da empresa e para a qualificação de funcionários, f) linha de produtos oferecidos, a empresa conta com os melhores fornecedores do ramo, com marcas consagradas, g) entrega de alguns produtos na propriedade dos clientes e, h) atendimento a clientes e a prestação de assistência técnica pelos vendedores com o auxílio dos representantes dos fornecedores. A diminuição da margem de lucro da empresa diante do atual contexto econômico é apontada como a principal fragilidade. A partir da análise organizacional, são apresentadas propostas para a obtenção de sua eficácia: a) realizar um planejamento de marketing com os principais objetivos e estratégias; b) promover em parceria com os fornecedores, um “dia no campo” com os agricultores; c) criar uma página na internet (um site) divulgando os produtos; d) relacionar a marca Agrodilmar Produtos Agrícolas Ltda. com qualidade e divulgar seus diferenciais frente à concorrência, como a prestação de assistência técnica capacitada; e) oferecer um serviço de entrega de produtos nas propriedades dos clientes no interior do município de Ajuricaba; f) realizar um estudo detalhado sobre os custos fixos; g) informatizar seus processos de vendas para gerar maior agilidade e segurança; h) criar um banco de dados sobre seus clientes, visando um melhor acesso às informações e um melhor planejamento de visitas aos clientes; e, i) investir na capacitação gerencial de seus funcionários. **CONCLUSÃO:** O diagnóstico da realidade organizacional permitiu a identificação e a compreensão de práticas, possibilidades e limites gerenciais. A Agrodilmar tem desenvolvido estratégias organizacionais capazes de garantir sua sobrevivência e competitividade no mundo dos negócios.

<sup>1</sup> Trabalho Acadêmico do Componente Curricular Práticas Organizacionais do Curso de Administração da Unijui



<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de Administração da Unijuí.

<sup>3</sup> Professora do Componente Curricular Práticas Organizacionais do Curso de Administração da Unijuí.

<sup>4</sup> Professora e Pesquisadora do Departamento de Estudos da Administração e do Mestrado em Desenvolvimento da Unijuí.