



## ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS: O CASO DA AGROINDÚSTRIA DOCEOLI<sup>1</sup>

*Fernando Henrique Zimmermann<sup>2</sup>. UNIJUI*

Este estudo refere-se às medidas estratégicas adotadas pela Agroindústria Doceoli de Santo Cristo-RS, para fazer frente ao mercado em que está inserida. Por se tratar de uma agroindústria de alimentos, a Doceoli disputa mercado diretamente com vários concorrentes. Estes competidores não são apenas agroindústrias semelhantes à em estudo, mas empresas de grande porte, como Brasil Foods, Bom Gosto, CCGL, entre outras, nos setores de Laticínios, Congelados (tipo pizzas e lasanhas), e Biscoitos. A empresa encontra-se num setor altamente competitivo, onde a busca pela qualidade e baixo custo é constante. Desde a compra da matéria prima, até a gôndola do supermercado, a empresa procura minimizar seus custos para tornar seus produtos atraentes, não só pela qualidade, mas também pelo preço. Por esse motivo, ao realizar esse estudo pretende-se encontrar as melhores estratégias para que a empresa possa elevar sua competitividade. É possível perceber que as estratégias tornam-se fundamentais para as organizações que almejam crescer e sustentar-se perante a concorrência. Essa pesquisa tem como objetivos identificar os principais elementos do ambiente em que a empresa está inserida, descrever as principais estratégias da empresa na perspectiva dos clientes, e sugerir alternativas para melhorar sua competitividade. Para chegar aos objetivos propostos, utiliza-se uma metodologia que pode ser caracterizada como sendo exploratória descritiva e estudo de caso. Num primeiro momento procedeu-se uma pesquisa bibliográfica baseada em livros, revistas, periódicos e redes eletrônicas; dados secundários da empresa também foram coletados, aproveitando-se do fato de o autor fazer parte da organização, assim como foi realizada uma entrevista em profundidade com os gestores, para se obter uma visão mais ampla do mercado de atuação. Os dados coletados servem de base para uma análise detalhada da empresa e do setor em que se encontra. Através desse estudo, os proprietários e gestores da empresa possuem uma boa base para formularem melhor suas estratégias, bem como podem se utilizar das estratégias propostas pelo realizador do estudo, buscando sempre o melhor caminho para a empresa manter-se firme e sólida no mercado.

<sup>1</sup> Trabalho de Conclusão de Curso

<sup>2</sup> Acadêmico do Curso de Administração da Unijuí