



**AG PHOTO LAB**

*the album craftsmen*

**Estratégia Organizacional 2023/2024**  
**Licenciatura em Engenharia Informática**  
**Meta 1**

**Miguel Diogo Baptista Agostinho / [a21280263@isec.pt](mailto:a21280263@isec.pt)**

**Dinis Meireles de Sousa Falcão / [a2020130403@isec.pt](mailto:a2020130403@isec.pt)**

**João Pedro Anjo Gouveia / [a2019134451@isec.pt](mailto:a2019134451@isec.pt)**

# ÍNDICE

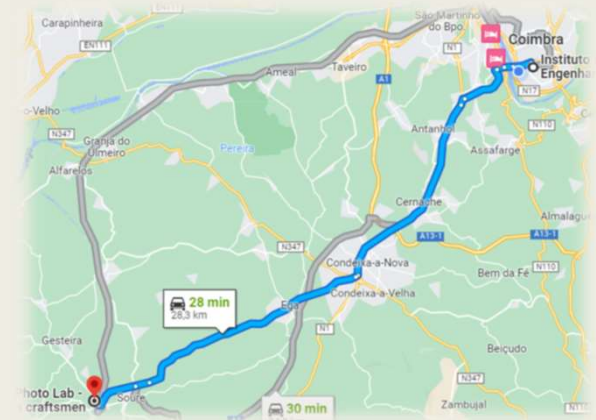
- ☐ **Apresentação**
- ☐ **Evolução**
- ☐ **Análise PEST**
- ☐ **Modelo das 5 Forças de Porter**
- ☐ **Matriz BCG**
- ☐ **Grupos Estratégicos**
- ☐ **Fatores Críticos de Sucesso**
- ☐ **Análise SWOT**
- ☐ **Conclusão**

# APRESENTAÇÃO

- ❑ **Zona Industrial de Soure, Coimbra;**
- ❑ **Principal atividade: Produção de Álbuns Fotográficos;**
- ❑ **Área de negócio: Arte, Design e Produtos de Papelaria;**
- ❑ **Pouca concorrência em Portugal;**
- ❑ **Pequena empresa (16 pessoas);**
- ❑ **Sem prémios atribuídos.**



**Figura 2 – AGPL Lda.**



**Figura 1 – ISEC até AGPL Lda.**

# EVOLUÇÃO



- ☐ **Principal Produto: Álbuns Fotográficos;**
- ☐ **Produtos Secundários: Malas, Caixas e Brindes personalizados;**
- ☐ **200 clientes, 150 internacionais (Alemanha, Espanha e Reino Unido);**
- ☐ **Utiliza revendedores nos diferentes países;**
- ☐ **Principal Fornecedor: FUJI Europa;**
- ☐ **Contacto telefónico, visitas presenciais e loja online ([https://www.agpl.pt/pt\\_pt/](https://www.agpl.pt/pt_pt/)).**

# ANÁLISE PEST

☐ **Variáveis Político-Legais (P):**

- ☐ **Empresas nacionais certificadas;**
- ☐ **Leis de proteção de dados;**
- ☐ **Custos de exportação normais (CTT), e taxa de processamento alfandegário;**
- ☐ **Documentação obrigatória nos envios extracomunitários;**
- ☐ **Estável a nível político.**

# ANÁLISE PEST

☐ **Variáveis Económicas:**

- ☐ **São produtos de luxo, ou seja, para países economicamente estáveis;**
- ☐ **Taxa de câmbio apenas para Reino Unido, 0.8682 (2022);**
- ☐ **6.0% de desemprego em Portugal (2022);**
- ☐ **4.3% de taxa de inflação em Portugal e 5.3% na Zona Euro (2022);**
- ☐ **16ª posição na zona Euro em relação ao PNB (2022);**
- ☐ **Custos de energia em Portugal mais baratos do que na Zona Euro, 0.2363 €/kWh (2022)**

# ANÁLISE PEST

## ☐ Variáveis Socio-Culturais (S):

- ☐ **Aumento do número de casamentos em Portugal;**
- ☐ **Número superior do que na zona Euro;**
- ☐ **Consumidores mais preocupados com a sustentabilidade;**
- ☐ **Tradições de registos fotográficos para preservação de memórias;**
- ☐ **Preferências culturais e estéticas diferentes permitem o crescimento de empresas que produzem produtos diversificados;**

# ANÁLISE PEST

## ☐ Variáveis Tecnológicas (T):

- ☐ **65% das empresas em Portugal considera a tecnologia e a inovação uma prioridade (2022);**
- ☐ **Presença online das empresas;**
- ☐ **Armazenamento em formato digital mais presente;**
- ☐ **Inovação dos produtos na área da fotografia;**



# MODELO DAS 5 FORÇAS DE PORTER



- ☐ **Rivalidade na indústria:**
  - ☐ **100 empresas nacionais;**
  - ☐ **Mercado em crescimento, a nível tecnologia;**
  - ☐ **Não há fidelização dos clientes;**
  - ☐ **Nível médio de diferenciação de produtos;**
  - ☐ **RISCO: Médio**

# MODELO DAS 5 FORÇAS DE PORTER



- ☐ **Ameaça à entrada de novos concorrentes:**
  - ☐ **Custos fixos não muitos elevados, pois a empresa é nacional;**
  - ☐ **Elevado número de fornecedores;**
  - ☐ **Inovar na área requer um investimento tecnológico;**
  - ☐ **RISCO: Baixo**

# MODELO DAS 5 FORÇAS DE PORTER



## ☐ **Produtos substitutos:**

- ☐ **Molduras digitais conseguem armazenar mais fotografias, por um preço inferior;**
- ☐ **Dispositivos tecnológicos de armazenamento é uma prática cada vez mais comum;**
- ☐ **Artigos mais modernizados por preços significativamente inferiores;**
- ☐ **RISCO: Alto**

# MODELO DAS 5 FORÇAS DE PORTER



- ❑ **Clientes:**
  - ❑ **Elevado poder negocial devido à propensão dos clientes para produtos substitutos;**
  - ❑ **200 clientes, com diferenças significativas;**
  - ❑ **Clientes com mais valor têm benefícios;**
  - ❑ **RISCO: Médio**

# MODELO DAS 5 FORÇAS DE PORTER



- ☐ **Fornecedores:**
  - ☐ **Elevado número de fornecedores capazes de distribuir as mesmas matérias-primas;**
  - ☐ **Pouca diferença qualitativa e económica;**
  - ☐ **RISCO: Baixo**

# MATRIZ BCG

- ❑ Álbuns Fotográficos e Brindes Personalizáveis
  - ❑ **Ambos Vaca Leiteira, ou seja, geram muito lucro sem a necessidade de grandes investimentos de tempo ou dinheiro em marketing ou vendas.**



**Figura 3 – Matriz BCG**

# GRUPOS ESTRATÉGICOS



# GRUPOS ESTRATÉGICOS





# FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO



- ☐ **Consolidação e Expansão das Exportações;**
- ☐ **Controlo de Qualidade / Qualidade dos produtos;**
- ☐ **Variedade e Personalização / Design dos produtos;**
- ☐ **Marketing online;**
- ☐ **Parcerias com Fotógrafos;**
- ☐ **Valor em vendas.**

# ANÁLISE SWOT



## ☐ **Forças (S):**

- ☐ **Alta qualidade de produção;**
- ☐ **Uso de materiais sustentáveis;**
- ☐ **Acesso a tecnologia de impressão que permite impressões de elevada qualidade a um custo competitivo;**
- ☐ **Reputação nacional e internacional estabelecida;**
- ☐ **Produtos duráveis e esteticamente diferenciados.**

# ANÁLISE SWOT

## ☐ **Fraquezas (W):**

- ☐ **Processos internos na produção que não estão otimizados;**
- ☐ **Deveria ser encontrada a minimização ideal do tempo de produção;**
- ☐ **Resistência à mudança do modelo de negócio, sem avanços digitais;**
- ☐ **Clientes podem ver álbuns fotográficos como um produto antiquado ou de um custo desnecessário em comparação com outras opções.**

# ANÁLISE SWOT



## ☐ Oportunidades (O):

- ☐ **Crescimento da fotografia como meio de expressão pessoal;**
- ☐ **Produtos que oferecem uma “pausa digital”;**
- ☐ **Produtos que proporcionam uma experiência analógica e física, que traz uma reconexão mais pessoal e significativa.**

# ANÁLISE SWOT



- ☐ **Ameaças (T):**

- ☐ **Inovações tecnológicas dos produtos desta área;**
- ☐ **Concorrentes com soluções mais baratas e convenientes, como serviços de armazenamento em nível com opções de visualização de fotos;**

# CONCLUSÃO

- ☐ **Enfrenta uma série de desafios e oportunidades no seu ambiente de negócios;**
- ☐ **Existência de notáveis pontos fortes e fraquezas;**
- ☐ **Ameaça de produtos substitutos e inovações tecnológicas, com impacto de negativo;**
- ☐ **Tendência à inércia estratégica, limitando a adaptação;**
- ☐ **Escassez de mão de obra;**
- ☐ **Carência de um especialista para gestão web;**

# CONCLUSÃO

## ☐ **Pontos Fortes:**

- ☐ **Alta qualidade e uso de materiais sustentáveis;**
- ☐ **Reputação estabelecida;**
- ☐ **Acesso tecnológico de impressão de alta qualidade;**
- ☐ **Lealdade dos clientes.**

## ☐ **Pontos Fracos:**

- ☐ **Processos internos não otimizados;**
- ☐ **Resistência à mudança no modelo de negócios**
- ☐ **Produtos antiquados ou caros em comparação com outras opções.**

# CONCLUSÃO

- ❑ **Relação com SI:**
  - ❑ **Gestão de Produção:** Otimizar os processos internos de produção, minimizando para o tempo ideal com melhor eficiência operacional;
  - ❑ **Presença Online:** Gestão da Plataforma online, incluindo o e-commerce e marketing digital;
  - ❑ **Personalização e Comunicação com Clientes:** Sistemas de CRM podem melhorar essa comunicação, permitindo uma personalização eficaz dos produtos e um acompanhamento melhorado dos pedidos;
  - ❑ **Integração com Fornecedores e Parceiros:** melhorar negociações e eficiência na cadeia de materiais necessários na fabricação de produtos;
  - ❑ **Análise de Dados:** Sistemas de análise para ajudar a entender as preferências dos clientes, do mercado e da concorrência, auxiliando a tomada de decisões estratégicas.



# FIM