



**AG PHOTO LAB**

*the album craftsmen*

**Estratégia Organizacional 2023/2024**  
**Licenciatura em Engenharia Informática**  
**Meta 3**

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

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

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

# ÍNDICE

- ☐ **Conclusão da Análise Externa**
- ☐ **Cadeia de Valor**
- ☐ **Diagrama de Atividades**
- ☐ **Matriz de MCFarlan**
- ☐ **Sugestão de Melhoria**
- ☐ **Diagrama de Atividades**
- ☐ **Matriz de MCFarlan**
- ☐ **Balanced Scorecard**
- ☐ **Análise VRIO**
- ☐ **Conclusão da Análise Interna**
- ☐ **Conclusão Final**

# CONCLUSÃO ANÁLISE EXTERNA

- ❑ **A AGPL Lda. enfrenta uma série de desafios e oportunidades no seu ambiente de negócios em constante evolução;**
- ❑ **A empresa enfrenta a ameaça de produtos substitutos (5 Forças de Porter) e inovações tecnológicas (Análise SWOT), como álbuns fotográficos digitais, que podem impactar negativamente a venda de álbuns tradicionais;**
- ❑ **Demonstra uma tendência à inércia estratégica (Análise SWOT), o que pode limitar a sua capacidade de adaptação às mudanças no mercado e nas preferências dos clientes;**
- ❑ **O aumento significativo no número de encomendas pode resultar em problemas de escassez de mão de obra para atender à procura;**

# CONCLUSÃO ANÁLISE EXTERNA

- ☐ **A empresa carece de um especialista para gerir o website e melhorar a sua presença online, o que pode dificultar a expansão e aquisição de novos clientes no ambiente digital;**
- ☐ **Fraca personalização dos produtos quando comparada aos concorrentes (Grupos Estratégicos);**
- ☐ **Mas também tem pontos fortes:**
  - ☐ **Alta qualidade de produção e uso de materiais sustentáveis;**
  - ☐ **Reputação estabelecida a nível nacional e internacional;**
  - ☐ **Acesso a tecnologia de impressão de alta qualidade;**
  - ☐ **Lealdade dos clientes.**

# CONCLUSÃO ANÁLISE EXTERNA

## ☐ 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 e-commerce e marketing digital;**
- ☐ **Personalização e Comunicação com Clientes: Sistemas de CRM e podem melhorar a comunicação com os clientes e permitir 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: pode ajudar a empresa a entender as preferências dos clientes, tendências de mercado e concorrência, auxiliando na tomada de decisões estratégicas.**

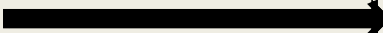
# CADEIA DE VALOR

- ❑ **Atividades Primárias:**

- ❑ **Logística de Inputs:**

- ❑ **Receção das fotografias dos Clientes;**
    - ❑ **Organização e classificação das fotografias;**
    - ❑ **Gestão de Armazenamento Digital.**

- ❑ **Operações:**

- ❑ **Design e personalização dos álbuns;**  **Processo Seleccionado**
    - ❑ **Impressão e edição das fotografias;**
    - ❑ **Montagem dos álbuns.**

# CADEIA DE VALOR

- ☐ **Atividades Primárias:**

- ☐ **Logística de Outputs:**

- ☐ **Receção das fotografias dos Clientes;**
    - ☐ **Organização e classificação das fotografias;**
    - ☐ **Gestão de Armazenamento Digital.**

- ☐ **Marketing e Vendas:**

- ☐ **Promoções para alguns Clientes;**
    - ☐ **Vendas online.**

- ☐ **Serviço:**

- ☐ **Atendimento ao Cliente;**
    - ☐ **Suporte Pós-Vendas.**

# CADEIA DE VALOR

## ☐ Atividades de Suporte da Empresa:

### ☐ Compras:

- ☐ Parcerias com Fornecedores de Material (papel de fotografia, capas para álbuns, entre outros).

### ☐ Gestão de Recursos Humanos:

- ☐ Formações para a equipa de produção;
- ☐ Atendimento ao Cliente com alguma especialização na área.

### ☐ Desenvolvimento Tecnológico:

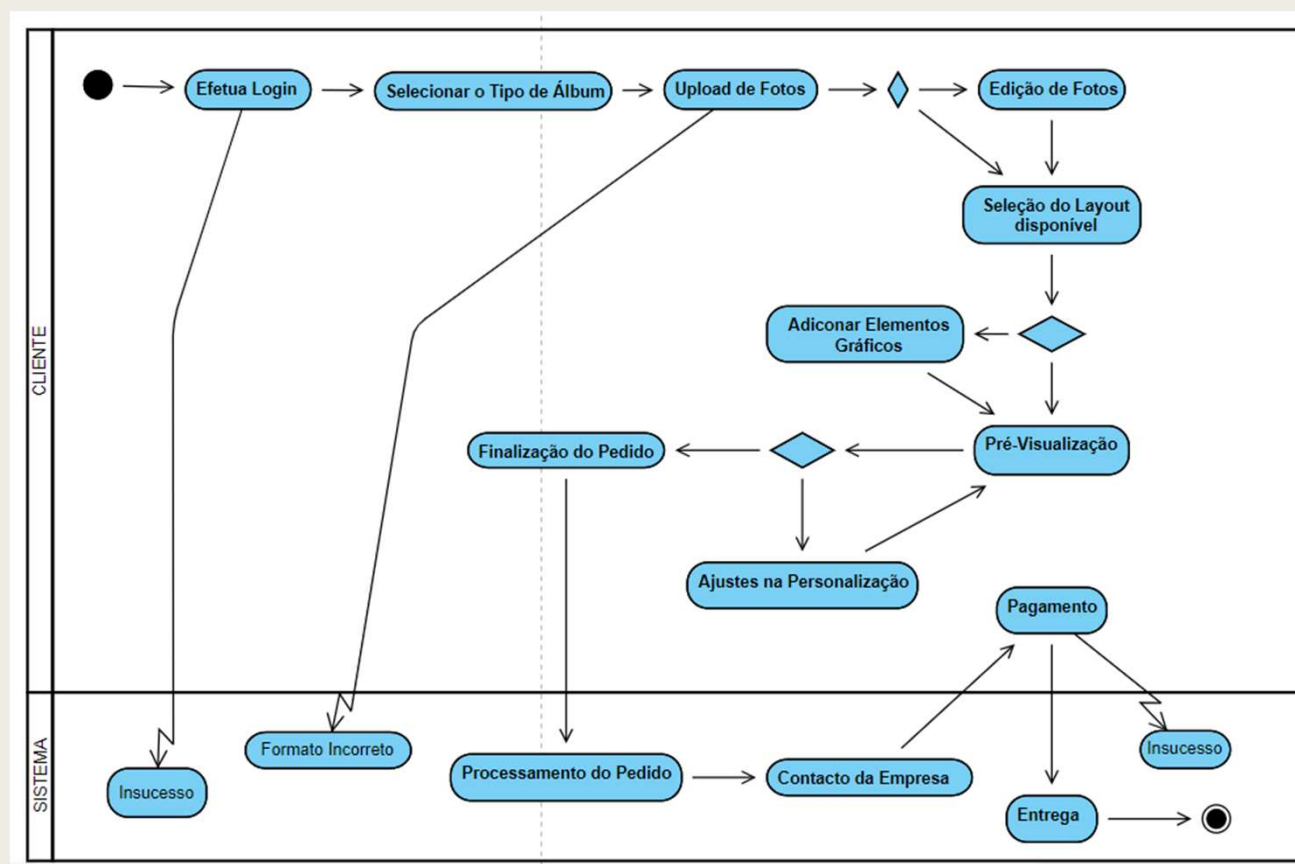
- ☐ Software de Design de álbuns e edição de fotografias;
- ☐ Equipamentos de Impressão.

### ☐ Infra-Estrutura:

- ☐ Administração.

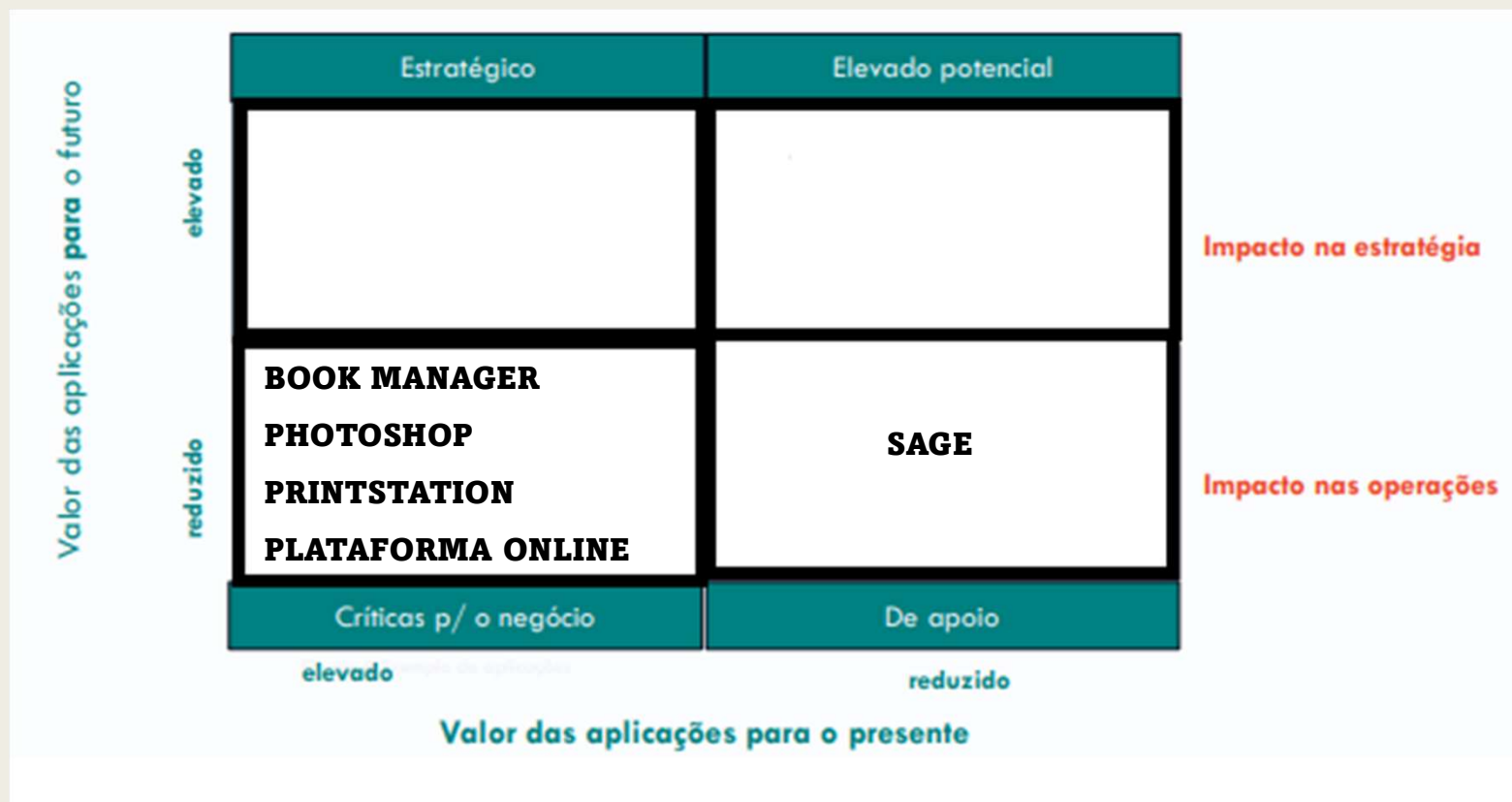


# DIAGRAMA DE ATIVIDADES



**Figura 1 – Diagrama de Atividades do Processo “Design e Personalização de Álbuns Fotográficos”**

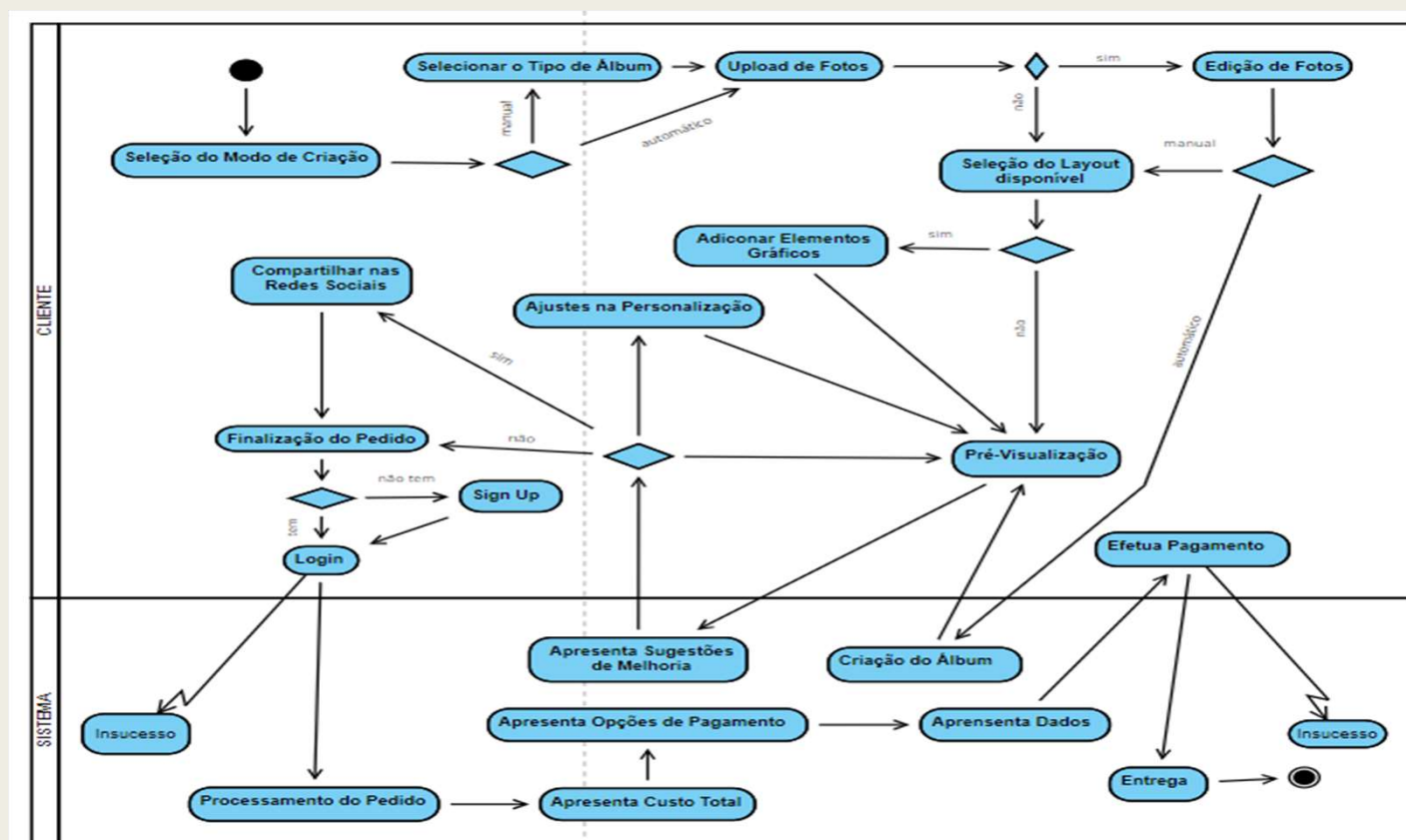
# MATRIZ DE MCFARLAN



# SUGESTÃO DE MELHORIA

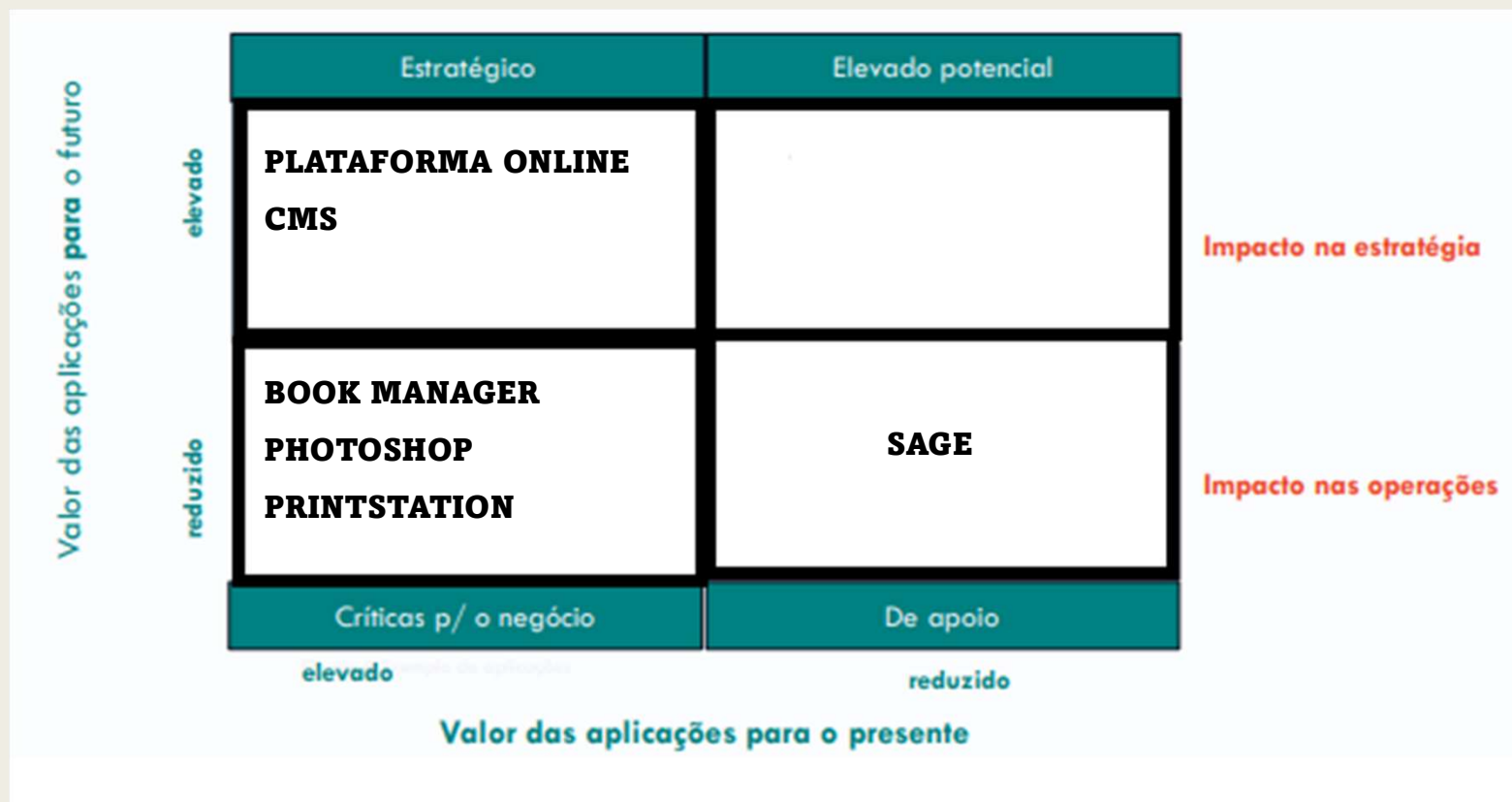
- ❑ **Implementação de um Sistema de Gestão de Conteúdo (CMS) robusto que permita:**
  1. **Adicionar e atualizar novas opções de personalização com alguma facilidade, sem necessidade de uma pessoa especializada para o efeito;**
  2. **Armazenamento de dados de Clientes atualizado;**
  3. **Instalação de plugins e extensões para aumentar as funções do site, como por exemplo, preenchimento automático dos álbuns, apresentação de sugestões de melhoria, entre outros;**
  4. **Capacidade de manipular imagens e suporte para vários formatos de mídia;**
  5. **Opções de partilha em redes sociais, de maneira a aumentar a visibilidade da AGPL Lda.;**
  6. **Suporte de múltiplos idiomas, visto que é uma empresa onde a maioria dos clientes são internacionais;**
  7. **Permite a integração de outros sistemas de informação, como os CRM's, que podem monitorizar e seguir da melhor forma as preferências dos clientes.**

# DIAGRAMA DE ATIVIDADES



**Figura 1 – Diagrama de Atividades da Sugestão de Melhoria**

# MATRIZ DE MCFARLAN



# BALANCED SCORECARD

## ☐ Perspetiva Financeira:

- ☐ Objetivo: Aumentar o lucro;
- ☐ Indicador: Diferença entre ganhos e gastos;
- ☐ Meta: : Aumentar positivamente cerca 50% nos próximos 12 meses.

## ☐ Perspetiva do Cliente:

- ☐ Objetivo: Melhorar a experiência do utilizador e satisfação do mesmo;
- ☐ Indicador: Avaliação média da experiência;
- ☐ Meta: Alcançar uma pontuação de satisfação de pelo menos 90%.

# BALANCED SCORECARD

## ☐ Perspetiva de Processos Internos:

- ☐ Objetivo: Agilizar o processo de personalização e atualização de conteúdo;
- ☐ Indicador: Tempo médio para adicionar uma nova opção de personalização;
- ☐ Meta: Reduzir o tempo em 80%;
  
- ☐ Objetivo: Facilitar a instalação de plugins e extensões;
- ☐ Indicador: Número de plugins instalados;
- ☐ Meta: Atingir 10 plugins instalados até o final do ano.

# BALANCED SCORECARD

- ☐ **Perspetiva de Aprendizagem e Crescimento:**

- ☐ **Objetivo: Ter alguém para usar efetivamente o CMS;**
- ☐ **Indicador: Número de funcionários com formação em CMS, com capacidades para usar o mesmo;**
- ☐ **Meta: Contratar uma pessoa para gestão do Website nos próximos 3 meses.**
  
- ☐ **Objetivo: Inovar através do CMS;**
- ☐ **Indicador: Número de sugestões de melhoria implementadas;**
- ☐ **Meta: Implementar 20 sugestões até ao final do ano.**



# BALANCED SCORECARD

- ❑ **Perspetiva de Integração de Sistemas:**

- ❑ **Objetivo: Integrar o CMS com sistemas de CRM;**
- ❑ **Indicador: Nível de integração alcançado (quantidade de funcionalidades integradas);**
- ❑ **Meta: Alcançar a integração total até o final do próximo ano fiscal.**
  
- ❑ **Objetivo: Suporte contínuo a novas integrações;**
- ❑ **Indicador: Número de novas integrações implementadas;**
- ❑ **Meta: Implementar pelo menos 2 integrações até o final do próximo ano fiscal.**

# BALANCED SCORECARD

## ☐ Perspetiva de Crescimento Internacional:

- ☐ **Objetivo: Suporte a múltiplos idiomas para atender mais clientes internacionais;**
- ☐ **Indicador: Número de idiomas suportados;**
- ☐ **Meta: Oferecer suporte a 2 idiomas até o final do próximo ano (Português e Inglês).**

- ☐ **Objetivo: Aumentar visibilidade em redes sociais;**
- ☐ **Indicador: Número de visualizações e gostos em publicações nas redes sociais;**
- ☐ **Meta: Atingir 10000 visualizações e 100 gostos por publicação**  
**(<https://www.facebook.com/agphotolab>)**

# ANÁLISE VRIO

- ☐ **Valor: A empresa é capaz de explorar uma oportunidade ou neutralizar uma ameaça externa com a implementação desta melhoria?**
  - ☐ **Sim. Os gráficos dos Grupos Estratégicos mostram que as empresas com maior sucesso na área são aquelas que fornecem ao cliente uma melhor interface de personalização, com uma atualização constante dos conteúdos da mesmo.**
- ☐ **Raridade: O controlo dessa melhoria está nas mãos de poucos concorrentes?**
  - ☐ **Sim. Como maior parte das empresas desta área são empresas locais, esta pode diferenciar-se das outras implementando esta melhoria.**

# ANÁLISE VRIO

- ☐ **Imitabilidade: É difícil imitar, e haverá uma desvantagem significativa em termos de custos para uma empresa que tente obter, desenvolver ou duplicar essa melhoria?**
  - ☐ **Não. A implementação de um CMS, de acordo com a nossa pesquisa, revela-se monetariamente acessível, com uma relação de qualidade/preço média de 4.5 em 5.0.**
  - ☐ <https://www.capterra.pt/>
- ☐ **Organização: A empresa está organizada, pronta e capaz de explorar a melhoria?**
  - ☐ **Sim, na sua maioria. Além disso, a implementação de um CMS tem alguma facilidade.**

# CONCLUSÃO ANÁLISE INTERNA

- ❑ **A análise da Cadeia de Valor da AGPL Lda. revela uma estrutura organizacional focada na criação de valor através de Atividades Primárias e de Apoio bem definidas, essenciais para a entrega eficiente de produtos de alta qualidade aos clientes;**
- ❑ **As atividades de Suporte como Compras, Gestão de Recursos Humanos, Desenvolvimento Tecnológico e Infraestrutura, proporcionam a base necessária para operações eficientes e inovação contínua;**
- ❑ **O processo de “Design e Personalização de Álbuns Fotográficos” identificado como o mais problemático, destaca-se como um ponto crítico na operação da empresa, sendo vital na diferenciação de produtos;**

# CONCLUSÃO ANÁLISE INTERNA

- ❑ **A aplicação da Matriz de McFarlan na análise dos sistemas de informação da empresa revela uma lacuna na notável nas categorias “Estratégico” e “Elevado Potencial”, sugerindo uma oportunidade para a empresa fortalecer a sua posição estratégica através da tecnologia;**
- ❑ **A sugestão de implementação de um sistema de gestão de conteúdo (CMS) robusto para melhorar a funcionalidade do website e a interação com os clientes é uma estratégia promissora;**
- ❑ **Concluindo, de acordo com a Análise Interna, para a AGPL Lda. continuar a prosperar num mercado competitivo, é fundamental investir na otimização dos seus processos internos, particularmente no design e personalização de álbuns fotográficos, e na adoção de tecnologias inovadoras que suportem a sua estratégia de negócio e que ofereçam uma experiência aprimorada aos clientes.**

# CONCLUSÃO FINAL

- ❑ **A AGPL Lda. encontra-se num momento crucial, balanceando desafios e oportunidades num mercado dinâmico;**
- ❑ **A empresa, reconhecida pela qualidade superior dos produtos e pelo uso de materiais sustentáveis, enfrenta desafios significativos como a ameaça de várias alternativas digitais, a necessidade de superar a inércia estratégica e de otimizar processos internos;**
- ❑ **Através das análises efetuadas, onde foram utilizadas ferramentas como Análise SWOT, estudo de mercado (5 Forças de Porter e Grupos Estratégicos) e avaliação de processos internos (Cadeia de Valor), identificou-se a importância estratégica da implementação de Sistemas de Informação;**

# CONCLUSÃO FINAL

- ❑ **Para fortalecer a sua posição no mercado de álbuns fotográficos e produtos personalizados, a AGPL Lda. deve apostar na inovação e na adaptação ao ambiente de negócios em evolução;**
- ❑ **O alinhamento entre o modelo de negócio tradicional e as inovações digitais, mantendo o foco na qualidade e na personalização, é vital para o sucesso da empresa;**
- ❑ **A implementação de Sistemas de Informação surge como uma estratégia chave para enfrentar os desafios, otimizar os processos e assegurar a prosperidade e relevância futura da AGPL Lda.**



# FIM