

Estratégia

PRO 3213 / 2020

Profa. Dra. Ana Paula Paes Leme Barbosa



Polytechnic School



University of São Paulo

Agenda

- Missão, Visão, Valores
- Forças competitivas
- Análise SWOT
- Exercício (Trello)

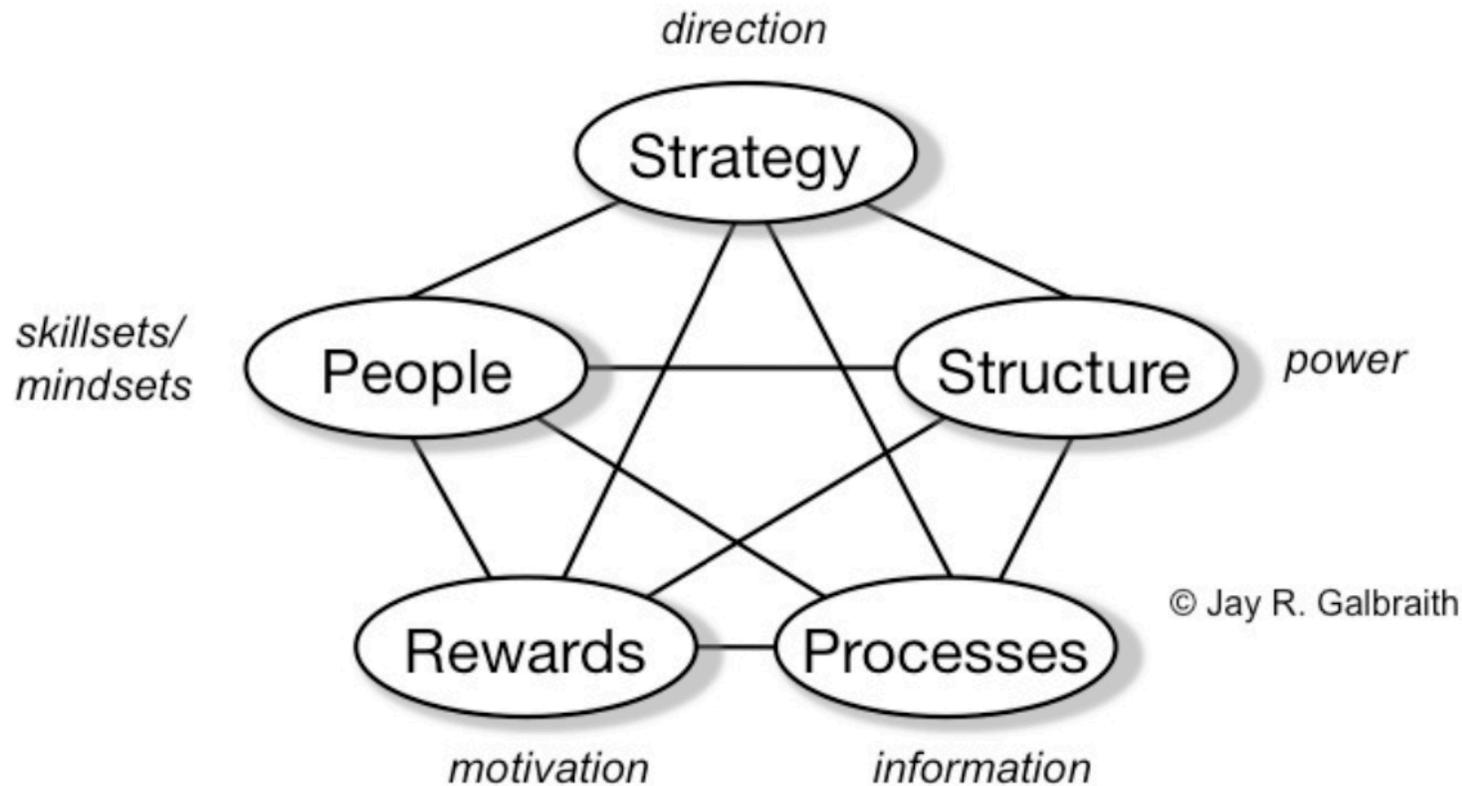
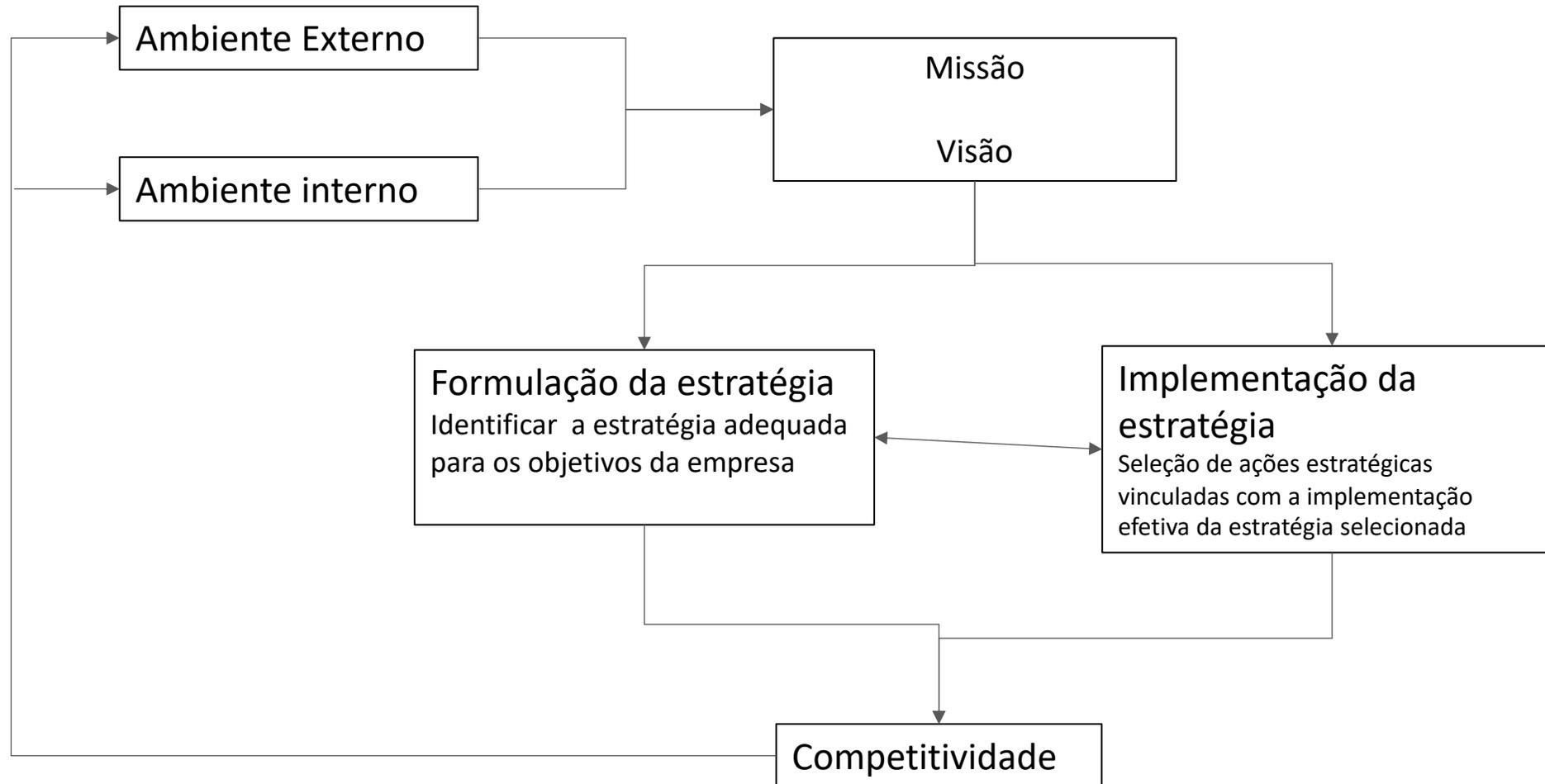


Figure 1 – The Star Model™

Strategy is the company's formula for winning. The company's strategy specifies the goals and objectives to be achieved as well as the values and missions to be pursued.

Administração estratégica





Quais são os ideais que mantêm a empresa?

Missão

- É a declaração **do propósito** e do alcance único da empresa em termos de produto e de Mercado.
- Deve responder as perguntas:
 - Quem somos?
 - O que fazemos?
 - Por que fazemos o que fazemos?

ABOUT THE WALT DISNEY COMPANY

OUR MISSION

The mission of The Walt Disney Company is to entertain, inform and inspire people around the globe through the power of unparalleled storytelling, reflecting the iconic brands, creative minds and innovative technologies that make ours the world's premier entertainment company.

Julho, 2020

De quem
seria essa
missão?

Nossa missão é **organizar** as
informações do mundo para que
sejam **universalmente acessíveis**
e **úteis para todos**.

Qual é a Missão da Poli?

Qual é a Missão da Poli?

MISSÃO (Por que existimos?)

A Escola Politécnica, comprometida com o desenvolvimento sustentável do país e do planeta, com a prática da cidadania e com responsabilidade ética, social, econômica e ambiental, tem como missão formar profissionais em Engenharia com excelência científica e técnica, que possam se tornar líderes inovadores e empreendedores, realizar pesquisas, difundir e preservar conhecimento, e prestar serviços de alta relevância e impacto para a sociedade, em âmbito nacional e internacional.

Visão

ONDE A EMPRESA QUER CHEGAR?

Olhar para o futuro

Um objetivo almejado

É desafiadora; envolve necessidade de mudança.

Qual é a visão da Poli?

Qual é a visão da Poli?

VISÃO (o que queremos ser?)

Ser um centro de vanguarda de Engenharia, reconhecido nacional e internacionalmente, que participa da construção da sociedade do futuro e se vale de conhecimento interdisciplinar, capacidade de pesquisa e domínio de um amplo espectro de tecnologias para educar e formar profissionais com forte base conceitual e metodológica para a inovação e o desenvolvimento.

Valores: No que acreditamos

VALORES

- Integridade: com integridade preservamos a confiança mútua, a credibilidade e possibilitamos o trabalho em equipe e a colaboração;
- Racionalidade: acreditamos na lógica, na análise, na matemática, na modelagem, nos conceitos precisos, no contraditório, no diálogo;
- Respeito: respeitamos o outro e a realidade, seja da natureza, seja da realidade social, e não hesitamos em re-avaliar, como 're-specere' do Latim, em olhar de novo. A percepção do outro deve ser re-avaliada;
- Postura criativa: a engenharia trata do que não existia, do que poderá ser, e os conceitos devem ser apreendidos na sua abrangência máxima para não estreitar a visão do possível;
- Postura educativa: devemos levar em consideração o desenvolvimento do aluno em todas as atitudes;
- Rigor acadêmico: treinamos a habilidade de rastrear os passos do raciocínio até os princípios básicos;
- Responsabilidade social: desenvolvemos alta tecnologia que causa impactos sociais e ambientais, cabendo a cada um atuar com responsabilidade social;

Estratégia

- É a criação de uma posição valiosa no mercado;
- É a definição do que a empresa irá fazer para alcançar o seu objetivo;
- A essência é saber escolher o que fazer e o que não fazer (trade-offs);
- É dinâmica!





Missão: Razão da existência da organiz
Fins para atender à sociedade e ao mer

Visão: Aquilo que a organização deseja
se tornar

Objetivos Estratégicos: Realizações
operacionais necessárias para atingir a '

FCS: Fatores Críticos de Sucesso:
Competências essenciais e necessárias
atingir os objetivos

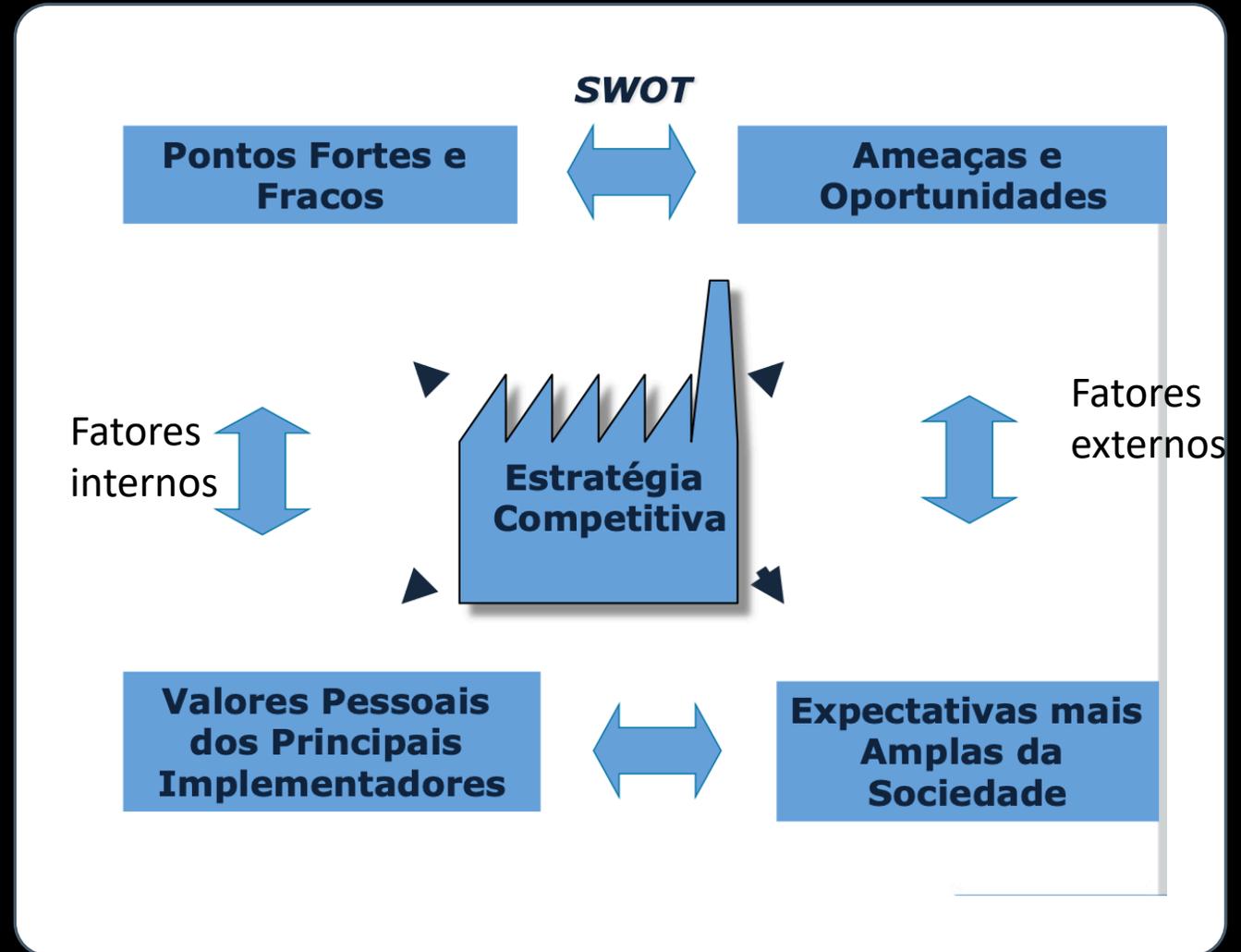
Indicadores: Conjunto de medidas, con
para a gestão definida

Planos de Ação: Conjunto de ações pa
alcançar as metas

Um plano
estratégico

Contexto da estratégia competitiva

- Fatores internos à empresa
- Fatores externos à empresa



Análise SWOT (FOFA, PFOA)

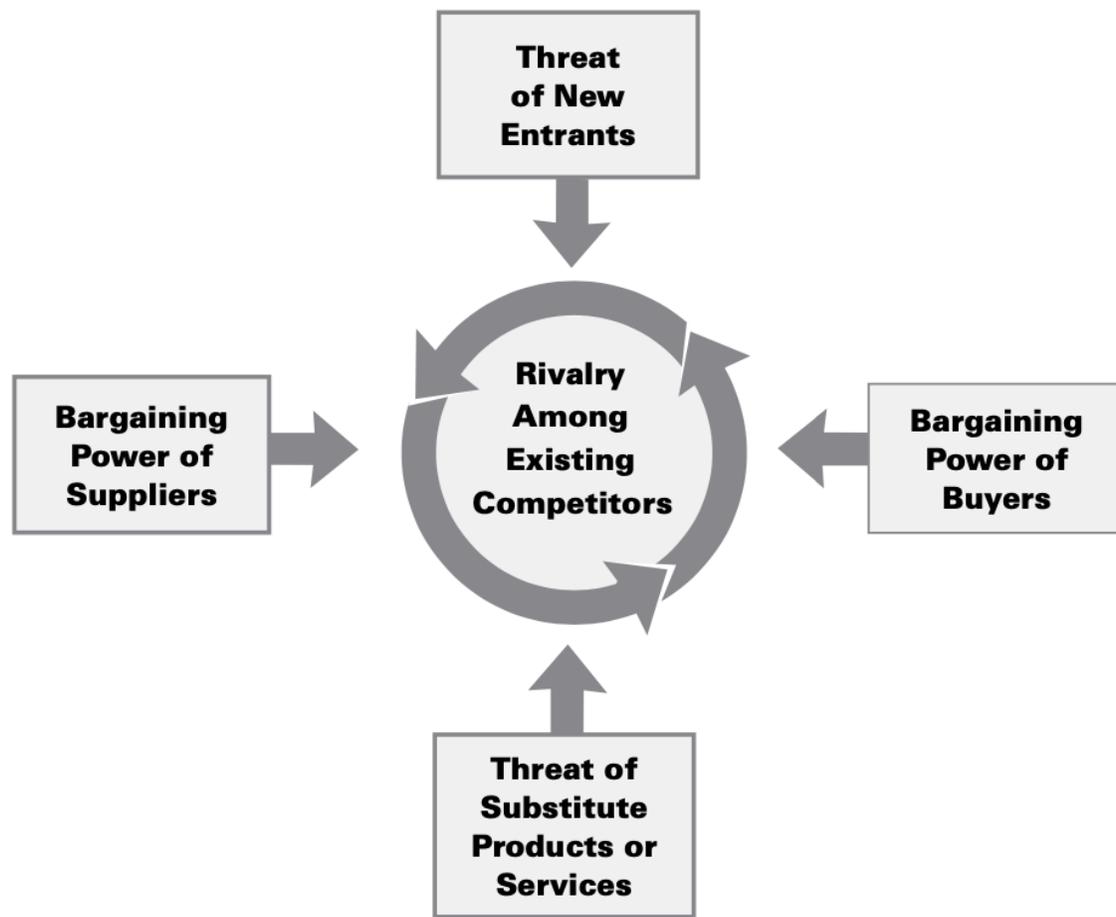
- Tem como objetivo reconhecer as limitações, maximizando os pontos fortes da organização enquanto monitora oportunidades e ameaças.



Análise do ambiente externo geral (que afetem o negócio)

- Demográfico: tamanho da população; faixa etária; distribuição geográfica; renda.
- Econômico: crescimento;
- Político-Jurídico: ex.: há riscos de mudança de regras comerciais?
- Sociocultural: ex.: o crescimento do home office impacta o negócio. De que forma?
- Tecnológico: Novas tecnologias alteram a forma de produção e entrega do produto/serviço?

The Five Forces That Shape Industry Competition

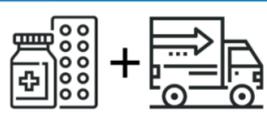


Análise do ambiente da indústria

Current large market players are:

- CVS Health
- Rite Aid
- Walgreens
- Walmart
- Amazon

MEDICATION DISPENSING



alto pharmacy, GetMyRx, zipdrug, phil, NimbleRx, VETSOURCE, Insightfil, MedAvail, NowRx, POCKETPILLS, Truepill, ScriptDrop, divvyDOSE, MEDLY, CAPSULE

These companies offer novel ways of tackling disease treatment that leverage Evidence based Medicine software aside from medication management.

DIGITAL THERAPEUTICS



kaia, happify HEALTH, VOLUNTIS, PEAR THERAPEUTICS, CLICK THERAPEUTICS™

On-line start-ups offering direct to consumer prescription services which compete with minute clinics and pharmacy push for prescriber status.

DTC PRESCRIBING



kick, nurx, hers, ro, LEMONAID, Keeps, MAVEN, CURIOLOGY, HealthTap, pandia health, hims

Service-based models where pharmacists can expand clinical services using novel technologies that leverage clinical data for disease management.

PERSONALIZED PHARMACY SERVICES



aspen RxHealth, DIGITAL PHARMACIST, DocStation, youScript, VUCAHEALTH, RXVIP Concierge, Medmonk

Many pharmacies and stores offer OTC vitamins, though some start-ups



care/of, NUTRIGENE, tesno, ditto.

Home lab testing offers a new way for patients to



testcard, 1DROP DIAGNOSTICS, Healthy.io, nival

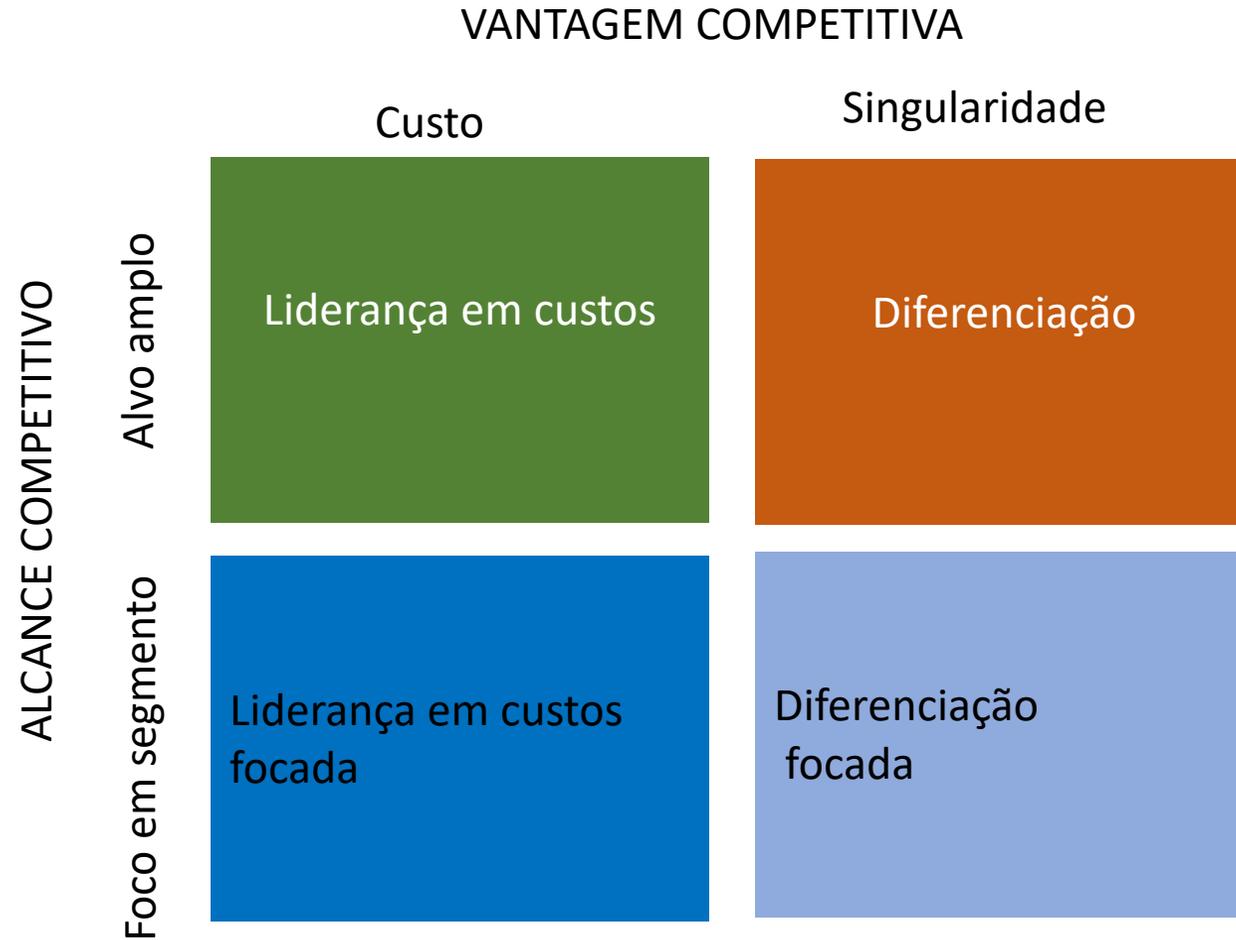
Novos entrantes

Tecnologias digitais: reduziram barreiras de entrada

Barreiras: Economias de escala; Acesso a canais de distribuição; Desvantagem de custo (matéria-prima; localização...); Retaliação.

Fornecedores podem se tornar concorrentes?

Estratégias genéricas



Porter, 1980

Bibliografia

Galbraith, J. R. (1977). *Organization design*. Reading: Addison-Wesley.

Hitt, M. A; Ireland, R. D.; Hoskisson, R.E. (2003). *Administração estratégica*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning.

Porter, M. (1979) How competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*.

Porter, M. (1980) *Competitive strategy: Techniches for analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.