

## **Competitividade na Era das Plataformas: uma Discussão sobre as Estratégias Clássicas e os Novos Modelos de Negócios**

**ADRIELE APARECIDA GOMES DE BEM**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)

**ANA CLÁUDIA AZEVEDO**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)

**NAYARA GONÇALVES LAURIANO**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)

### **Competitividade na Era das Plataformas: uma Discussão sobre as Estratégias Clássicas e os Novos Modelos de Negócios**

#### **Introdução**

As plataformas digitais ascendem ao cenário econômico mundial com um novo paradigma competitivo, muito mais complexo e dinâmico do que os negócios tradicionais. Logo, a abordagem tradicional da vantagem competitiva não parece ser suficientemente capaz de explicar a competitividade assim como fazem nos pipelines. Os modelos clássicos da abordagem do posicionamento e da Visão Baseada em Recursos, são pouco aplicáveis ao estudo de ações competitivas das plataformas. Mesmo que certa inadequação seja reconhecida, ainda são poucos os estudos que se dedicam a estender tal discussão.

#### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Este trabalho tem como objetivo investigar a evolução da abordagem tradicional da vantagem competitiva, no que tange aos modelos de negócio do tipo plataformas digitais, por meio de uma análise sociométrica e de uma revisão sistemática das publicações que se encontram neste escopo. Para tanto, foi elaborado um panorama da abordagem teórica de competitividade e plataformas que apresenta a partir da presente investigação as redes de referências, as contribuições teóricas e empíricas e a tendência dos estudos recentes.

#### **Fundamentação Teórica**

Segundo a Visão Baseada em Recursos, a estratégia é baseada na combinação dos recursos de forma eficiente para melhoria do desempenho. Contudo, nas plataformas a vantagem competitiva advém, sobretudo, da orquestração de redes e desenvolvimento de comunidades. Com o modelo das Cinco Forças temos a ênfase na criação de barreiras de entrada e na diferenciação. Todavia, nas plataformas o foco é nas trocas entre produtores e consumidores, nas interações e efeitos da rede associados. Logo, modelos de negócios em plataformas desafiam as empresas tradicionais e começa a surgir um novo movimento.

#### **Discussão**

Muitas pesquisas têm enfatizado a interdependência dos membros do ecossistema - a tríade entre proprietários da plataforma, complementadores e usuários. Já outras pesquisas defendem a necessidade de se avançar para uma análise mais específica dos fornecedores (complementadores). Além disso, nota-se um movimento de estudos sobre os efeitos negativos do poder de mercado dessas plataformas, a fim de encontrar maneiras de lidar com os novos desafios decorrentes da plataformização.

#### **Conclusão**

Concluimos que as plataformas mudaram de forma significativa a lógica de competição, tornando necessário compreender melhor os efeitos da rede. A importância estratégica do modelo das Cinco Forças da competição e outras abordagens da estratégia e vantagem competitiva tradicional não se ajustam à realidade das plataformas, pois já não compreendem holisticamente a vantagem competitiva. As próprias forças da competição deixaram de afetar os mercados de inovação e as indústrias de tecnologia, sobretudo no tocante às plataformas.

#### **Referências Bibliográficas**

KOVALENKO A.I. Multi-Sided Platform as a Value-Creating Network. *Upravlenets - The Manager*, 2017, no. 4(68), pp. 39-42. LIBERT, Barry; BECK, Megan; WIND, Jerry (Yoram). *Network Revolution: Creating Value Through Platforms*. 2016. PARKER, Geoffrey G.; VAN ALSTYNE, Marshall W.; CHOUDARY, Sangeet Paul. *Plataforma: a revolução da estratégia*. Alta Books, 2019. PORTER, Michael E. *Competitive Advantage*, New York Free Press., 1985. VAN ALSTYNE, Marshall; PARKER, Geoffrey. *Platform Business: From Resources to Relationships Platform Business*. *GfK Marketing Intelligence Review*, v. 9, n. 1, p. 24-29, 2017