

Criação e sustentação de vantagens competitivas na Apple

- 1) Considerando-se o **ciclo de criação e sustentação de vantagens competitivas** (vide imagem abaixo), comente sobre as fontes de vantagem e as vantagens posicionais percebidas conquistadas pela Apple a partir de seu posicionamento estratégico na indústria de tecnologia.
- 2) Qual das tecnologias, produtos ou serviços indicados mais contribui para a criação de uma estratégia de oceano azul pela Apple? Justifique sua escolha. E ainda: a Apple ainda tem condições de criar novos oceanos azuis?

As novas revoluções da Apple: Watch e ResearchKit

A Apple disponibilizou duas novas apostas para continuar revolucionando mercados:

O **Apple Watch** promete revolucionar os *wearables* (tecnologias vestíveis), funcionando de forma independente ao iPhone. Entre os recursos presentes no Apple Watch, estão um medidor de calorias queimadas por meio de exercício físico e o suporte para o **Apple Pay**, sistema de pgts. da Apple.

Com um potencial imenso, o **ResearchKit** é um software destinado a desenvolvedores para auxiliá-los na criação de aplicativos da área da medicina que rodem em dispositivos da Apple. Os aplicativos a serem desenvolvidos mudarão a forma como lidamos com nossa saúde.

Apple Pay amplia mercado de pagamentos

Com o avanço do **Apple Pay**, um serviço que permite que os consumidores comprem produtos nas lojas usando um iPhone, da Apple, e a iminente separação do PayPal da eBay, mais clientes podem ser atraídos por serviços que oferecem tarifas mais baixas, transações mais fáceis e uma ampla base de compradores e vendedores, como é o caso da Apple.

Assim, verifica-se o endurecimento da rivalidade entre a Apple e o Square e o PayPal, além de outros provedores de tecnologias de pagamento - todos apostando em um futuro em que as carteiras digitais substituirão o dinheiro e os cartões de crédito. Tal movimento reflete as apostas crescentes em um mercado estimado em US\$ 118 bilhões até 2018, contra US\$ 3,5 bilhões em 2015.

Apple como operadora de celular

A Apple lançou-se no serviço de operadora de redes. A empresa testa o serviço de rede móvel nos EUA, mas também está em negociações com a Europa.

A internet seria do tipo MVNO (mobile virtual network operator), uma rede transmissora virtual que vende o serviço diretamente para os consumidores. No caso, a Apple venderia diretamente aos usuários os dados de internet, mensagens de texto e ligações, tudo o que uma operadora de celular oferece. O diferencial é que o **Apple SIM** alternaria automaticamente entre as operadoras para garantir que o usuário tenha o melhor serviço.

Internet para iPhones via satélite

A Apple iniciou um projeto que prevê a distribuição de sinal de internet via satélite para os usuários de iPhone em todo o mundo, através de uma tecnologia sem fio de última geração, usando satélites de órbita baixa. Caso se torne realidade, os donos de iPhone deixariam de precisar de um plano de internet de uma operadora local para se conectar.

AirPower para todos os nossos dispositivos

O **AirPower** é um carregador sem fio para diversos aparelhos da marca Apple. Porém, seu uso poderá proporcionar mais conforto de forma mais direta aos usuários de iPhones e AppleWatches.

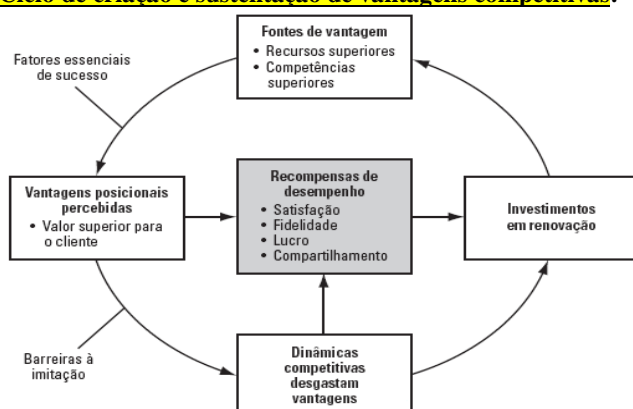
Apple investe pesado em serviços

A Apple anunciou uma série de serviços de assinatura para atender aos que gostam de ler jornais (**Apple News**) e revistas (**Apple News+**), aos que curtem games (**Arcade**), passando pelos que preferem séries e filmes (**Apple TV+**). Em tempos de Netflix e Disney+, o serviço de **streaming** da Apple vem fazendo barulho. O lançamento de **programação premium**, incluindo nomes como Steven Spielberg e Oprah Winfrey, além de programas como "The Morning Show", estrelado por Reese Witherspoon e Jennifer Aniston; devem posicionar bem seu **streaming**.

Mudanças na estratégia da Apple

Para uma empresa que investe desde os anos 1970 em fabricar dispositivos eletrônicos inovadores, a mudança de estratégia é clara. A Apple aposta em outros mercados e quer marcar presença no setor de entretenimento, usando a sua credibilidade para ganhar espaço.

O que se nota nos últimos anos é que, ao invés da Apple atrair milhões de novos usuários de iPhone, a empresa busca elevar os preços médios e expandir o número total de dispositivos ativos para apoiar as **vendas de acessórios e serviços digitais**, como streaming de música e vídeo.

Ciclo de criação e sustentação de vantagens competitivas:**Características da estratégia de Oceano Azul:**

- Criar espaço de mercado inexplorado
- Tornar a concorrência irrelevante
- Criar e capturar a nova demanda
- Romper o *trade off* valor X custo
- Alinhar todo o sistema de atividades da empresa em busca de diferenciação e custo adequados