

bodog brasil

Rivalry geralmente se refere a uma situação em que duas ou mais pessoas ou grupos competem entre si por um objetivo comum ou para obter uma vantagem em relação umas às outras. No entanto, no contexto empresarial, Rivalry pode ser melhor definido como a competição entre empresas que oferecem produtos ou serviços semelhantes.

A rivalidade é um dos cinco fatores competitivos da indústria, proposta por Michael Porter em seu livro "Estratégia Competitiva" (1980). A rivalidade entre concorrentes desempenha um papel importante na determinação do nível de lucratividade de uma indústria.

Em um mercado com alta rivalidade, as empresas lutam para ganhar participação de mercado e, como resultado, tendem a reduzir os preços, aumentar o valor e a qualidade dos produtos, e investir em inovação e marketing. Isso pode ser benéfico para os consumidores, mas pode resultar em menores margens de lucro para as empresas.

Existem vários fatores que podem contribuir para a rivalidade em uma indústria, incluindo:

1. Número de concorrentes: Quanto maior o número de concorrentes, maior a probabilidade de rivalidade.

2. Taxa de crescimento do mercado: Se o mercado está crescendo rapidamente, as empresas podem ser mais propensas a concentrar-se no crescimento em vez de competir agressivamente em preços.

3. Diferenciação de produtos: Se os produtos das empresas são diferenciados, há menos ênfase em competir em preços e mais ênfase em promover os benefícios únicos dos seus produtos.

4. Barreiras de saída: Se as barreiras de saída são altas, as empresas podem ser menos propensas a sair de um mercado, mesmo em tempos difíceis, o que aumenta a competição.

5. Capacidade excessiva: Se a capacidade de produção exceder a demanda do mercado, as empresas podem ser mais propensas a competir em preços para vender seus produtos.

Em resumo, Rivalry é um fator crucial na determinação do nível de lucratividade de uma indústria e pode ser influenciado por vários

fatores, incluindo o número de concorrentes, taxa de crescimento do mercado, diferenciação de produtos, barreiras de saída e capacidade excessiva.
