

Dilema ético

» Se não pode com o inimigo, alie-se a ele

Imagine que você é um gerente em uma empresa que atua em um setor dominado por duas grandes organizações. Uma delas é a sua. Nos últimos anos, a guerra de preços travada com a concorrente tem prejudicado a rentabilidade de sua empresa, esmagando suas margens de lucro. Você recebe uma proposta para combinar preços com a concorrente. O setor financeiro informa-o que, caso os prejuízos amargados em decorrência dos preços reduzidos não sejam recuperados rapidamente, será necessário demitir metade dos funcionários.

De fato, o mercado está cada vez mais concorrido, e o ambiente competitivo das empresas passa por mudanças cada vez mais aceleradas e profundas. A rivalidade entre concorrentes, elencada por Michael Porter como uma das cinco forças competitivas a ser observadas na formulação das estratégias de negócio, tem acirrado a competição e afetado negativamente a rentabilidade das empresas, como na situação hipotética descrita. Um exemplo disso é a guerra de preços que empresas de um mesmo setor travam e que muitas vezes os levam a valores abaixo do custo, gerando prejuízos para todas as empresas envolvidas.

Nesse contexto, surge um dilema cada vez mais comum nas empresas: cooperar pelos lucros mútuos (conluio) ou competir agressivamente pelo mercado (combate). Nessa batalha, algumas empresas optam por aliar-se aos seus "inimigos" (concorrentes) e, assim, reduzir a rivalidade e a competição. Uma prática, por exemplo, é o cartel, definido como o acordo entre empresas que visa à limitação ou à restrição da concorrência, seja pela fixação de preços ou pela divisão de clientes e de mercados de atuação. Essa prática, entretanto, é ilícita, antiética e traz graves prejuízos para os consumidores e para o mercado de uma forma geral.

Ao artificialmente limitar a concorrência, os membros de um cartel também prejudicam a inovação, impedindo que novos produtos e processos produtivos surjam no mercado. Isso resulta em perdas no bem-estar do consumidor e, a longo prazo, perda de competitividade da economia com um todo. Outro efeito danoso que pode surgir da formação de cartéis é a perda na qualidade do bem. A rivalidade intensa faz com que as empresas sempre busquem a diferenciação de seus produtos, e isso eleva a qualidade deles. Quando o panorama é de ausência de rivalidade, ou de "rivalidade controlada", essa situação tende a desaparecer.

Questões para discussão

1. Na situação hipotética apresentada, você aceitaria a proposta da sua "inimiga" e colocaria fim à guerra?
2. Que outras alternativas uma empresa que se encontra envolvida em uma guerra de preços tem para sair dessa situação?
3. Você concorda com o texto que a formação de cartel é uma prática desleal? E acha que deveria ser ilegal? Por quê?