GRANDES EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS

É BOM PRA QUEM?

A crescente concentração e internacionalização de importantes cadeias produtivas e setores da economia brasileira têm marcado o tom do desenvolvimento econômico recente. O problema é que esse processo, muitas vezes estimulado com recursos públicos, pode prejudicar direitos básicos dos cidadãos que adquirem bens e serviços.

É este o alerta feito por esta pequena publicação, produzida pela Repórter Brasil com apoio da Fundação Friedrich Ebert (FES). Fruto de uma pesquisa que procurou dimensionar o grau de concentração de três setores da economia brasileira – bens de consumo, telefonia e bancos –, ela traz os dados mais recentes e as críticas que envolvem o tema.

O objetivo é qualificar a discussão e oferecer ao público um material que possa ser utilizado em cursos de formação ou mesmo rodas de debate de movimentos sociais, sindicatos e demais organizações da sociedade civil. Mais informações sobre esse trabalho estão disponíveis na página na internet da Repórter Brasil (www.reporterbrasil.org.br).

Grandes empresas, grandes negócios: é bom pra quem?
Coordenação: Marcel Gomes
Pesquisa e texto: Roberto Rockmann
Tiras e desenhos: Gilberto Maringoni
Projeto gráfico: Marcel Matsunaka
Apoio: Fundação Friedrich Ebert
Distribuição gratuita 2014

Todo conteúdo da Repórter Brasil pode ser copiado e distribuído, desde que citada a fonte

Rua Bruxelas, 169 – Sumaré. CEP 01259-020 – São Paulo (SP)
Contato: biobr@reporterbrasil.org.br

SETORES ANALISADOS:

BENS DE CONSUMO

BANCOS

TELEFONIA

GRANDES EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS: É BOM PRA QUEM?

Companhias que operam no Brasil estão cada vez maiores e internacionalizadas. Com o controle do mercado, têm o poder de definir preços e ampliar o retorno para seus acionistas, boa parte deles estrangeiros. Mas para o consumidor que faz compras no supermercado ou precisa assinar contrato com uma operadora de celular ou um banco, essa tendência do capitalismo brasileiro pode significar serviços de pior qualidade e custos mais altos.

A CONCENTRAÇÃO DAS EMPRESAS NAS GÔNDOLAS DO SUPERMERCADO

Talvez passe despercebido àqueles que vão ao supermercado que um conjunto pequeno de grandes transnacionais concentra a maior parte das marcas compradas pelos brasileiros. Dez grandes companhias – entre elas Unilever, Nestlé, Procter & Gamble, Kraft e Coca-Cola – abocanham de 60% a 70% das compras de uma família e tornam o Brasil um dos países com maior nível de concentração no mundo. O que sobra do mercado é disputado por cerca de 500 empresas menores, regionais. Quer um exemplo dessa concentração? Quando um consumidor vai à seção de higiene pessoal de um estabelecimento comercial e pega nas gôndolas um aparelho de barbear Gilette, um pacote de absorventes Tampax e um pacote de fraldas Pampers, ele está comprando três marcas que integram o portfólio da gigante norte-americana Procter & Gamble – que também é dona dos produtos Oral-B, para dentes.

O PODER DA UNILEVER

Uma dona de casa vai ao mercado fazer compras. Para a cozinha, põe no carrinho caldo Knorr, Maizena, suco Ades e a maionese Hellmann's. Para a limpeza da casa, sabão Omo e Brilhante. Compra ainda Comfort para lavar a roupa. Passa na área de cosméticos e pega o desodorante Rexona para seu marido, e sabonete Lux para ela. Compra pasta de dente Closeup, a preferida da filha, e sorvete Kibon, para o filho. Todas as marcas adquiridas por ela pertencem à Unilever, que em 2013 foi o maior investidor no mercado publicitário do Brasil, com R$ 4,5 bilhões aplicados.

Unilever

Ades · Omo · Lux · Hellmann's · Kibon · Closeup · Maizena · Rexona · Comfort · Brilhante · Knorr

Omo = 49,1% Hellmann's = 55% *de participação de mercado*

HUMOR:

EMPRESAS BRASILEIRAS TAMBÉM CONCENTRAM MERCADO

A BRF – nascida da união entre Sadia e Perdigão – é líder em vários segmentos das gôndolas: está presente em 28 das 30 categorias de alimentos perecíveis analisadas pelo instituto Nielsen, como massas, congelados de carne, margarinas e produtos lácteos. Ela é responsável por 20% do comércio de aves no mundo. Em pizzas, a empresa detém 52,5% do mercado e 60% do de massas congeladas no país. Outra empresa brasileira com grandepresença na mesa dos brasileiros e de outros países é a JBS, dona de várias marcas conhecidas, como Friboi, Seara, Swift, Maturatta e Cabana Las Lilas. Com essa variedade de produtos e a presença em 22 países de cinco continentes (entre plataformas de produção e escritórios), ela atende clientes em mais de 150 nações.

brf

está na mesa de aproximadamente

90%

dos **45 milhões** *de domicílios do Brasil.*

GRANDES EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS É BOM PRA QUEM?

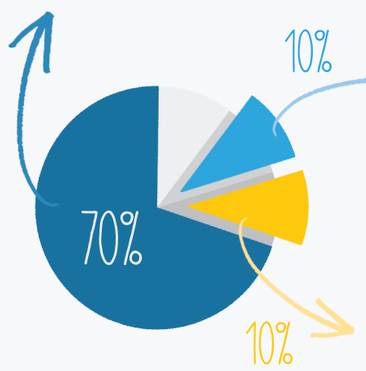
MERCADO DE BEBIDAS

O que o refrigerante Coca-Cola, o energético Powerade, o suco Del Vale, a água Crystal e o chá Matte Leão têm em comum? Eles são marcas da Coca-Cola, que apenas no segmento de refrigerantes detém cerca de 60% do mercado nacional.

Coca-Cola · Coca-Cola · Powerade · del Valle · matte leão · água mineral crystal

PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

ambev · SKOL · Bohemia · Antarctica · Brahma



GRUPO PETRÓPOLIS

BRASIL KIRIN

QUER UM CHOCOLATE?

Nestlé · Mondelēz International · Garoto

Mondeléz, Nestlé e Garoto têm 80% do mercado

OS 5 GRANDES BANCOS

Itaú Unibanco, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa e Santander. Esses cinco bancos concentram grande parte do dinheiro aplicado em poupanças e fundos de investimento no Brasil. Em 1995, 68% dos depósitos estavam nos cinco maiores grupos; em 2012, esse número chegou a 83%. "O alto grau de concentração traz um alto grau de potencial risco sistêmico. Problemas ou a falência de um dos três maiores bancos podem desestabilizar todo o sistema financeiro", afirma o FMI em recente estudo.

Em 2012, as pessoas físicas e jurídicas detinham

R$ 1,7 TRILHÃO *depositado em bancos,* (100%)

sendo que 83%, o equivalente a

R$ 1,4 TRILHÃO (83%)
estão nessas cinco instituições.

Santander · Banco do Brasil · Itaú · Bradesco · CAIXA

OS CUSTOS DA CONCENTRAÇÃO BANCÁRIA

Os bancos estão ficando cada vez maiores no Brasil. Ao terem maior tamanho, a liberdade das pessoas de escolherem uma instituição fica menor, e isso tem impacto no dia a dia: a disputa entre eles por clientes é menor, mais difícil fica tomar empréstimos com custos mais baixos, e a barganha de brigar por preços menores pelos serviços é pequena. Além disso, essa concentração cria uma fragilidade no sistema bancário: a quebra de uma grande instituição precisa ser evitada pelo governo pelo tamanho do estrago que pode ser causado. Dinheiro dos contribuintes, muitas vezes, pode ser usado para salvar essas instituições.

LUCRO CRESCE COM CONCENTRAÇÃO

Quanto maiores os bancos ficam, mais dinheiro eles ganham. Segundo dados do Conselho Regional de Economia do Distrito Federal, o lucro dos cinco maiores bancos operando no Brasil aumentou 354%, entre 2003 e 2011, enquanto a inflação medida pelo IPCA foi de 55%. Considerando todo o sistema bancário, o crescimento do lucro no período foi de 250%.

NA TELEFONIA, POUCAS OPÇÕES

Vivo, Tim, Claro e Oi concentram quase 100% do mercado de celulares, 76% dos telefones fixos, 60% do mercado de televisão a cabo e 75% da banda larga. E essa concentração vem aumentando.

Claro · vivo · oi · TIM

Segundo a Anatel, as quatro maiores empresas brasileiras do setor possuíam:

91,86% ***em 2003***

99,56% ***em 2013***

PERGUNTAS E RESPOSTAS

AVANÇO DOS CELULARES AINDA É TÍMIDO?

Há 275,5 milhões de celulares em todo o país, dos quais 77% pertencem a clientes do serviço pré-pago, com crédito médio de cinco reais por mês. Ou seja, a maioria dos usuários de telefonia móvel no Brasil fala pouco e quase não usa a internet móvel.

BANDA LARGA LENTA?

A média da velocidade de conexão à internet do Brasil é de 2,5 Mbps e o coloca na 83ª posição no ranking de 133 países elaborado pela Akamai, empresa de internet dos EUA. A média mundial é de 3,8 Mbps.

OS PREÇOS DO TELEFONE E DA INTERNET NO BRASIL SÃO CAROS?

São. Estão entre os mais caros do mundo. Segundo estudo da União Internacional de Telecomunicações, da ONU, o custo da internet para a população mais carente é 20 vezes o peso que esse item representa para os mais ricos.

FOI LIGAR E FICOU SEM SINAL?

Concentração traz benefícios? Passados 16 anos da privatização, o setor de telecomunicações brasileiro é o mais caro do mundo em telefonia celular e o 62º em infraestrutura, acesso e uso dos serviços (abaixo de Azerbaijão, Cazaquistão e Macedônia).

CONCENTRAÇÃO NA TELEFONIA

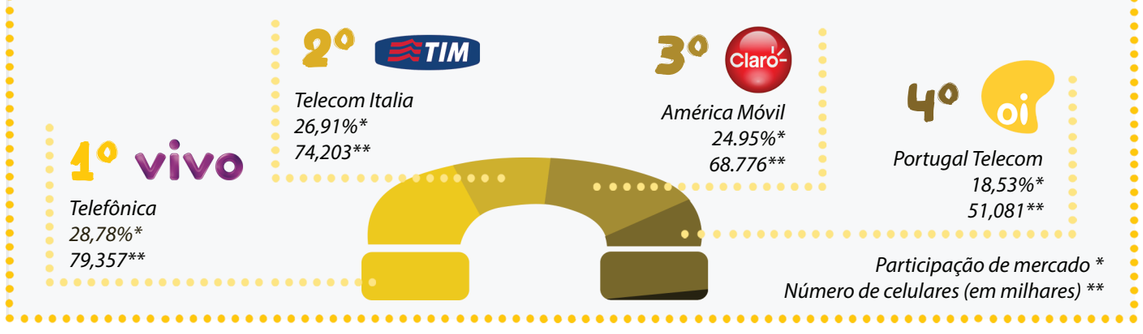
A concentração é boa para o consumidor? Como o domínio sobre o mercado é grande, as empresas podem fazer acordos entre si, beneficiando-se. Além disso, o consumidor tem pouco poder de barganha, por estar sujeito a quatro empresas, sendo que esse mercado pode se tornar ainda mais restrito: se a Telefónica obtiver o controle da TIM no Brasil, como a imprensa tem noticiado, a concentração ficaria ainda maior, já que o novo grupo deteria mais de metade do mercado de celulares no Brasil.

Ranking de operadoras mais demandadas no Procon-SP em 2014*

POSIÇÃO GERAL		TOTAL	ATENDIDAS
1º	Vivo/Telefônica	23.918	85,62%
2º	América Móvil**	17.968	85,95%
5º	SKY	7.387	86,39%
7º	TIM	5.405	83,31%
10º	Oi	3.386	67,28%
21º	Nextel	1.407	90,12%
39º	GVT	668	73,76%

**Até 25 de julho · **Dona da Claro, Net e Embratel · Fonte: Teleco*

RANKING DE PARTICIPAÇÃO DE MERCADO DAS OPERADORAS NO BRASIL



HUMOR:

BANCOS, CONCENTRAÇÃO E EXPLORAÇÃO

HUMOR:

TELEFONIA: POUCAS EMPRESAS, GRANDES PROBLEMAS