



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA,
CONTABILIDADE E SECRETARIADO EXECUTIVO.
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PAULO HENRIQUE PEREIRA ARRUDA

ANÁLISE DA CONCENTRAÇÃO DO SETOR BANCÁRIO
BRASILEIRO NO PERÍODO DE 2001 A 2010.

FORTALEZA – CE
2013

PAULO HENRIQUE PEREIRA ARRUDA

**ANÁLISE DA CONCENTRAÇÃO DO SETOR BANCÁRIO
BRASILEIRO NO PERÍODO DE 2001 A 2010.**

Monografia apresentada à Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. José Henrique Felix Silva

**FORTALEZA
2013**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade

A819a Arruda, Paulo Henrique Pereira.
Análise da concentração do setor bancário brasileiro no período de 2001 a 2010 /
Paulo Henrique Pereira Arruda - 2013.
47 f.: il.

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia,
Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Ciências Econômicas. Fortaleza,
2013.

Orientação: Prof. José Henrique Felix Silva.

1.Concentração industrial 2.Bancos - Brasil I. Título

CDD 330

PAULO HENRIQUE PEREIRA ARRUDA**ANÁLISE DA CONCENTRAÇÃO DO SETOR BANCÁRIO
BRASILEIRO NO PERÍODO DE 2001 A 2010.**

Esta monografia foi submetida à Coordenação do Curso de Ciências Econômicas, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Economia, outorgado pela Universidade Federal do Ceará – UFC e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da referida Universidade.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida, desde que feita de acordo com as normas de ética científica.

Data da aprovação: em ____ de _____ de 2013

Nota

Prof. José Henrique Félix Silva
Orientador

Nota

Prof. Marcelo de Castro Callado
Membro

Nota

Prof. José Coelho Matos Filho
Membro

A minha esposa Camilla Rebouças pelo amor, carinho e companheirismo de todos os dias, aos meus pais Francisco José Lemos e Antônia Neuma, a minha irmã Vladia e a e ao professor e orientador Henrique Felix, pelo apoio e encorajamento na pesquisa, aos demais professores da instituição pelos conhecimentos transmitidos e à Diretoria da Universidade Federal do Ceará pelo apoio institucional e pelas facilidades oferecidas

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a Deus Autor e Criador da vida pelas bênçãos recebidas ao longo de minha vida.

Aos meus pais Francisco José Lemos e Antônia Neuma, sem os quais não estaria aqui, pelo apoio, compreensão, ajuda e, em especial, por todo carinho ao longo deste percurso e por terem me fornecido condições para me tornar a pessoa que sou hoje.

A minha Esposa Camilla Rebouças que sempre me apoiou em todas as minhas decisões e pelo companheirismo e o amor incondicional que sempre demonstrou por mim, meu eterno amor e gratidão, te amo muito.

Ao meu professor, orientador e amigo, Henrique Felix, pelo apoio e pela paciência na realização deste trabalho.

Aos demais professores da economia que me ajudaram bastante na minha formação.

A todos os meus amigos, em especial ao nosso grupo de estudo, Laerte Firmino, Roberto Bruno, Nathalia Oliveira, Igor Lucena e os demais amigos Alison, Alex Richard, Thiago, Herty, Icaro, Claudio, Emanuel e aos demais que, de alguma forma, contribuíram na elaboração desta monografia.

"Para realizar grandes conquistas, devemos não apenas agir, mas também sonhar; não apenas planejar, mas também acreditar."

Anatole France

RESUMO

Este trabalho aborda um estudo de concentração de mercado no setor bancário no Brasil mostrando sua evolução no período de 2001 a 2010. A hipótese deste trabalho aponta para a constatação de que este setor é considerado extremamente concentrado por parte dos estudiosos. Desta forma, objetiva-se analisar a concentração industrial deste setor utilizando os índices de concentração industrial *Market Share*, Razão de Concentração e Índice de Hirschman-Herfindahl (HH) no período de 2001 - 2010. Os resultados confirmam a hipótese de elevada concentração no mercado bancário Brasileiro.

Palavras Chaves: **Concentração Industrial, Setor Bancário.**

ABSTRACT

This paper discusses a study of market concentration in the banking sector in Brazil showing its evolution from 2001 to 2010. The hypothesis of this study points to the fact that this sector is considered highly concentrated by the scholars. Thus, the objective is to analyze the concentration of this industry sector using the indices of industrial concentration Market Share, Concentration Ratio and Herfindahl-Hirschman (HH) index for the period 2001-2010. The results confirm the hypothesis of a high concentration in the Brazilian banking market.

Key Words: Industrial Concentration, Banking Sector.

LISTA DE GRÁFICOS

		Página
Gráfico 1	Evolução do lucro líquido no setor bancário no Brasil – 2001 a 2010	42
Gráfico 2	Market Share (%) Evolução dos seis maiores Bancos que atuam no Brasil de 2001 a 2010	44
Gráfico 3	Índice de Hirschman-Herfindahl (HH) em relação ao setor bancário	45

LISTA DE TABELAS

		Página
Tabela 1	Valor em Bilhões de Reais do lucro líquida – 2001 a 2010	42
Tabela 2	Market Share (%) do Lucro líquido dos seis maiores bancos que atuam no Brasil de 2001 a 2010.	43
Tabela 3	Razões de Concentração em ao Lucro líquido – 2001a 2010	44

LISTA DE FIGURAS

		Página
Figura 1	Evolução do Credito em circulação	18
Figura 2	Mercado de Credito ao consumidor	19
Figura 3	Evolução da participação das instituições bancárias nas operações de credito (em %)	19
Figura 4	O tamanho da fusão Itaú/Unibanco	33
Figura 5	Como fica o mercado Itaú/Unibanco	34
Figura 6	Mercado segundo Real e Santander	34
Figura 7	Como fica o Mercado com a Fusão Santander / Real	35

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	EVOLUÇÃO DO SISTEMA FINANCEIRO	16
3	EVOLUÇÃO DO SETOR BANCARIO	18
3.1	HISTÓRIA DOS PRINCIPAIS BANCOS	20
3.1.1	Banco do Brasil	20
3.1.2	Banco Itaú S/A	22
3.1.3	Banco Santander	25
3.1.4	Banco Bradesco	27
3.1.5	Banco Unibanco	28
3.1.6	Banco Real	31
3.2	Fusões e Compras de Instituições Financeiras	32
4	ÍNDICES DE CONCENTRAÇÃO INDUSTRIAL	37
4.1	Algumas medidas de concentração de mercado	38
4.1.1	<i>Market share</i>	38
4.1.2	<i>Razão de Concentração</i>	39
4.1.3	<i>Índice de Hirschman-Herfindahl – HHI</i>	39
5	RESULTADOS	43
5.1	Market Share	44
5.2	Razões de Concentração	45
5.3	Índice de Hirschman-Herfindahl – HH	45
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
7	REFERÊNCIAS	49

1. INTRODUÇÃO.

Desde o lançamento do Plano Real, em julho de 1994, o sistema bancário brasileiro vem passando por mudanças estruturais e regulatórias significativas. A estabilidade macroeconômica nos anos 90 acarretou a perda de receitas oriunda das transferências inflacionárias, o que levou diversas instituições ao colapso financeiro, em contra partida, na mesma década também aconteceu a redução das restrições à operação de bancos estrangeiros no país, com o objetivo de aumentar a concorrência no setor. O governo brasileiro por sua vez reforçava a regulação bancária. Somando com outros fatores, podemos notar nos anos posteriores um avanço tecnológico na prestação de serviços e facilitação da comunicação à longa distância, bem como pela redução dos custos do setor foi alterado significativamente. Esta pesquisa visa estudar os impactos dos avanços no setor bancário, suas fusões, privatização e por consequência elaborar uma análise da concentração bancária no período de 2001 a 2010.

O questionamento central é como está a concentração bancária e como estes processos influenciam na estrutura macroeconômica do país. Para entender esse questionamento estudaremos os dados dos seis principais bancos de carteira mista do país: Itaú, Bradesco, Santander, Unibanco, Real e Banco do Brasil. O tema mercado financeiro, exclusivamente o setor bancário é uma pauta que me interessa bastante, sempre na área econômica as instituições financeiras foram o balizador para o controle de uma economia sólida e equilibrada, o estudo deste mercado sempre estará em evolução, pois a busca por novas fronteiras, novos produtos e consolidação de empresas solidadas faram com que a concorrência se torne mais feroz, em contra partida a tendência deste mercado se tornar cada vez mais monopolistas nos remete a um preocupante questionamento. Até que ponto as empresas deste setor estarão dispostos a deixar de ter lucros gigantescos para não perder seu cliente?

Esta monografia está dividida em seis capítulos. O primeiro capítulo é a introdução; o segundo capítulo relata um pouco da história do setor financeiro brasileiro, sua evolução e os processos que contribuíram para tal. O terceiro capítulo apresenta a história dos bancos (Itaú, Bradesco, Santander, Unibanco, Real e Banco do Brasil) que atuam no Brasil, seus lucros, receitas e suas fusões, aquisições e como tais mudanças afetaram a estrutura financeira em nosso país. No quarto capítulo estão referendados os índices de concentração industrial seguindo a literatura. O quinto

capítulo apresenta os resultados de nossa pesquisa sobre concentração baseados no lucro dos bancos.

2. EVOLUÇÃO DO SISTEMA FINANCEIRO.

O sistema financeiro era extremamente regulado em todas as economias de mercado, tal sistema de regulação e supervisão foi implantado nos anos 30 devido aos vários efeitos causado pela crise de 29 com a quebra da bolsa de Nova York, visando prevenir o sistema de uma nova crise sistêmica, diminuindo assim o risco de um colapso no sistema de pagamentos em depósitos a vista, apesar de alguns episódios tal medida teve sucesso garantindo a eficiência das novas regras.

Logo o sistema de gerenciamento manteve por cinco décadas o mercado financeiro em estagnação. No caso do setor bancário, sujeita a pesadas regulações devido ao medo de um novo colapso, foram atenuados os incentivos as inovações financeiras e a concorrência – via preços ou via outros instrumentos que aumentasse a contestabilidade dos mercados bancários, estimulando a adoção de comportamentos inovadores.

Na década de 70 iniciou-se um processo de liberalização e desregulamentação do setor de serviços financeiros pelo mundo. Gradativamente foram sendo eliminadas restrições sobre operações financeiras estabelecidas no pós 29 e durante o Regime de Breton Woods.

A presença do estado foi sendo diminuída gradativamente e surgem inovações tecnológicas e financeiras, como a securitização, os derivativos as operações fora da balança, tais mudanças alteram o modo de atuação nesse setor, iniciando um acentuado processo de consolidação do setor de serviços financeiros, por meio de aquisições e fusões envolvendo empresas de um mesmo país e de países diferentes (tabela 1).

Segundo a tabela, em um primeiro momento, os grupos financeiros maiores incorporam as instituições de menor porte, especialmente aquelas de atuações em mercado locais e setorial. Logo mais na segunda metade dos anos 90 as fusões ocorreram entre conglomerados de grande porte, envolvendo um volume maior de capital. A consequência foi um processo de concentração do setor por vários países do mundo e um desafio para as agencias reguladoras de mercado que queriam proteger as pequenas e medias empresas. O processo de internacionalização das instituições financeiras não parou, os processos de fusões continuaram e a busca de defesa para com as instituições pequenas não obteve sucesso. Entre muitas argumentações estava a ideia de que quando bancos estrangeiros pudessem atuar no mercado nacional traria mais dinamismo e eficiência operacional do sistema financeiro domestico tornando-o mais

estável e solido para a estabilidade da balança de pagamento. Tal estabilidade financeira vinha da ideia que os bancos poderiam contar com recursos de seus países em momentos de dificuldades financeiras causadas pela contração de liquidez internacional.

As crises de balança de pagamento dos países emergentes, no final dos anos 90, forneceram argumentos para que o FMI aumentasse a pressão sobre os governos nacionais, afim de que estes aceitassem a presença da balança estrangeira. A reestruturação e a modernização dos sistemas bancários domésticos passaram a ser vistos como necessárias e estas passavam pela abertura de mercado dos bancos estrangeiros. (PATRICIO ,2009, Pág:14)

A maioria dos países emergentes incluindo a América Latina e Europa aceitaram esse ponto de vista e durante a década de 90 as limitações legais e regulamentações foram sendo desfeitas gradativamente, de tal forma que alguns bancos conseguiram expandir sua atuação chegando a outros clientes e aumentando sua escala de operações. A presença de bancos estrangeiros tenderia a ampliar o acesso do país aos fluxos de capital internacional, podendo tornar a oferta de credito menos sensíveis às oscilações de dos ciclos macroeconômicos domésticos. Consequentemente os empréstimos bancários adicionais disponíveis poderiam amenizar a contração de credito ocorrido nas fases de credito.

3. EVOLUÇÃO DO SETOR BANCÁRIO.

ROCHA (2001) cita que o plano real marcou o início de grandes transformações no cenário financeiro brasileiro a perda dos lucros com o *float* de recursos, após o fim da alta e devastadora inflação. Desta forma no período posterior à economia sofreu um pouco em 1995 - 1996, cuja solução passou por programas governamentais para estimular a reestruturação da economia brasileira. Na sequência iniciou-se medidas prudenciais, supervisão e fiscalização para garantir a solidez e a segurança do sistema financeiro. Com o mesmo foco de estimular a economia e o mercado a se desenvolver o governo estimulou a concorrência. Foram realizadas privatizações de alguns bancos públicos e um grande marco no setor foi à abertura ao capital estrangeiro, inclusive com venda de grandes instituições varejistas domésticas, fato nunca antes visto em nossa nação.

Com o desenvolvimento de um novo cenário do Brasil os bancos poderiam atuar de maneira mais abrangente.

De acordo com ROCHA (2001, p. 9)

“As modificações do ambiente concorrencial, entretanto, não dependeram apenas de ações da autoridade monetária. As próprias firmas acompanharam os desenvolvimentos recentes do sistema financeiro que, no mundo inteiro, passam por movimentos de liberalização e falta de regularização. Ampliou-se o escopo de atividades muito além da intermediação financeira tradicional, criando e explorando novos mercados e diversificando investimentos, tanto geograficamente quanto em termos de novos produtos (inovação financeira). Esse ambiente tem estimulado a busca de escala e de poder de mercado, o que está na origem da atual tendência mundial de fusões e aquisições (F&A), com o impactos diretos e significativos sobre o níveis de concentração”.

Este é o principal fato que move o setor. A busca por maiores receitas é o principal combustível para movimentar o setor bancário. Os banqueiros a cada ano querem aumentar sua receita a todo custo e para alcançar tal meta, à busca por maior fatia de mercado, através de compras de outras instituições ou fusões. Realmente o setor é determinado pela lei do mais forte.

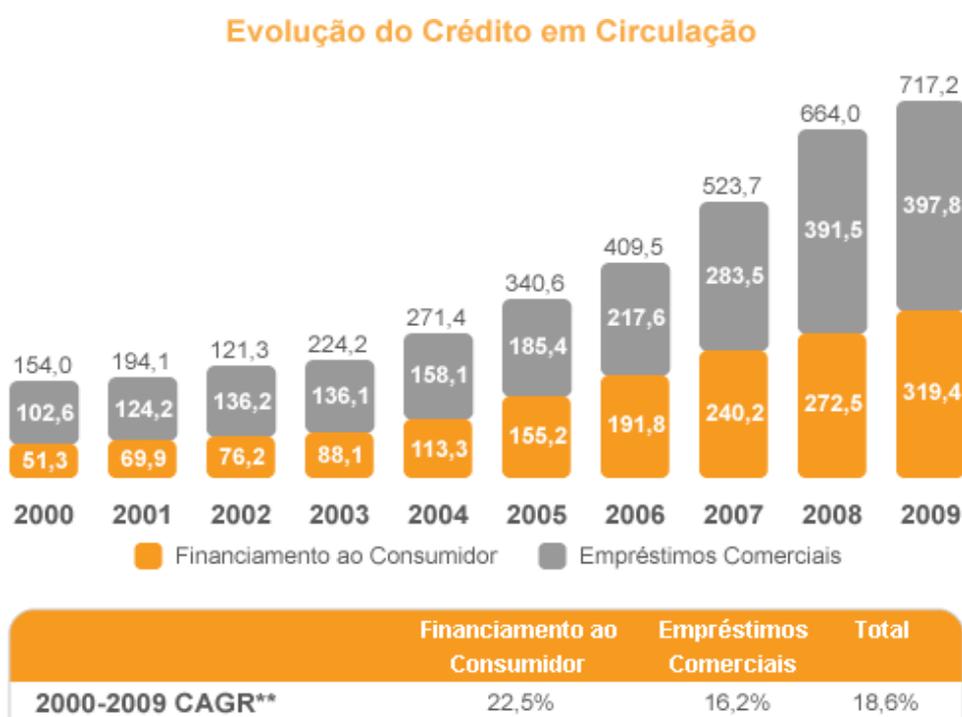
Para muitos os bancos sempre foram o mal necessário, com a busca de “ajudar” o desenvolvimento da região mesclado com ambição de sempre mais receita a juros elevados e tarifas abusivas. Certo que nosso país tem já um histórico de grande impostos e tarifas elevadas, devido à superinflação nos anos 80 e 90. Mas nos anos de 2000 a 2010 o cenário mudou drasticamente. O governo busca uma estabilidade econômica que se iguale aos dos países desenvolvidos e investe pesado para manter a

inflação sob controle com políticas fiscais e tributárias para manter o nível de circulação da moeda a patamares aceitáveis. Nesse período as instituições financeiras acompanharam o ritmo do desenvolvimento tecnológico com o avanço monstruoso da internet nas residências de todo o mundo e com a implementação de novos sistemas e novas máquinas, aprimoramento no atendimento para buscar mais clientes e novos negócios. Desta maneira tantos bancos públicos e privados investiram pesado nesta última década em tecnologia e inovação.

A entrada de bancos internacionais trouxe mais concorrência para o mercado interno fazendo com que nossa economia também se abrisse para empresas internacionais.

A economia está caminhando a passos lentos para normalidade, mas para o setor bancário isso não é bom. Níveis normais significam baixa receita e isso não é algo visto com bons olhos para os que buscam receitas elevadas. É mediante a este cenário que para os bancos se manterem vivos é necessário que haja transformações, as fusões e comprar de outras instituições fazem com que a concentração no setor bancário aumente.

Figura 1 - Evolução do Crédito em Circulação.



Fonte: Banco Central do Brasil

* Inclui cheque especial, empréstimos pessoais, financiamento imobiliário, financiamento de aquisições, cartões de crédito e outros

** CAGR (Compound Annual Growth Rate) = Taxa Composta de Crescimento Anual

Figura 2 - Mercado de Crédito ao Consumidor.

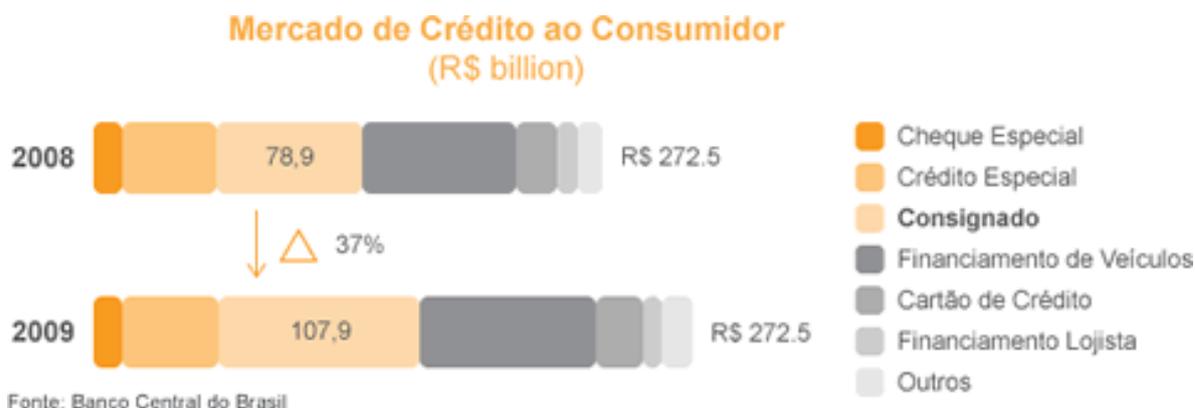
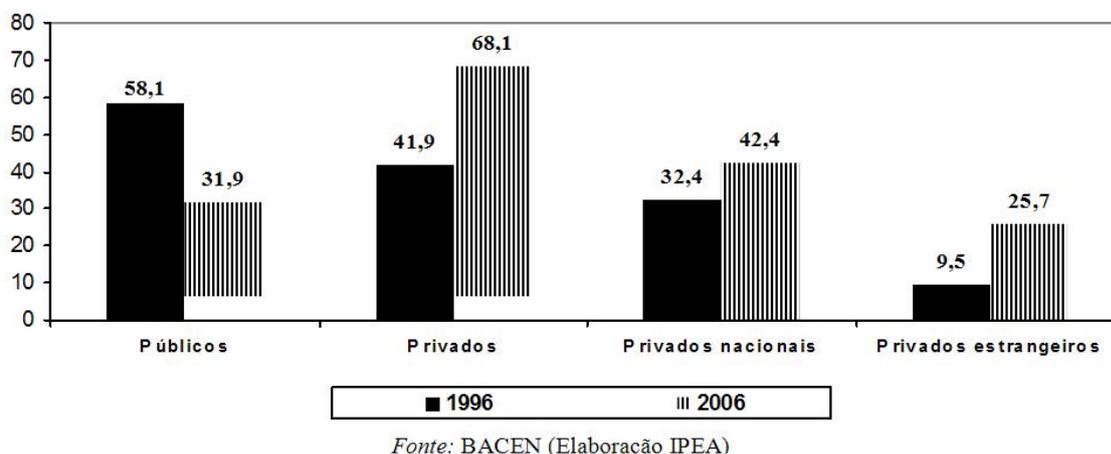


Figura 3 - Evolução da participação das instituições bancárias nas operações de crédito (em %).



3.1 História dos Principais Bancos.

3.1.1 Banco do Brasil.

A missão do Banco do Brasil, segundo sua filosofia corporativa, é “ser a solução em serviços e intermediação financeira, atender às expectativas de clientes e acionistas, fortalecer o compromisso entre os funcionários e a empresa e contribuir para o desenvolvimento do país”.

O Banco do Brasil (conhecido popularmente também como BB) foi fundado em 12 de outubro de 1808 no Rio de Janeiro, com um capital inicial de 1.200 contos, sendo

o primeiro banco a operar no Brasil e o quarto emissor de moedas do mundo. Antes dele, apenas Suécia (1668), Inglaterra (1694) e França (1800) havia emitido moedas.

O BB iniciou suas atividades somente no ano seguinte tendo como principal objetivo fornecer moeda divisionária e, assim, dinamizar o comércio local. A aparência era de estabelecimento mercantil, instalado em prédio da antiga Rua Direita, esquina da Rua de São Pedro, mas estava destinado a servir imediatamente ao Governo, não como agente em algumas de suas transações financeiras de importância, mas principalmente prestando-lhe auxílio de crédito em circunstâncias extraordinárias.

O Banco do Brasil evoluiu para uma forma híbrida, com funções de banco comercial e banco central (função exercida até 1964).

Além de oferecer empréstimos e outros serviços bancários, cuidava também do redesconto, da fiscalização bancária, do câmbio e do depósito das reservas dos bancos privados.

O Banco do Brasil atual surgiu em 1905, quando uma crise bancária levou seu predecessor direto, o Banco da República, à beira da falência. Devido à importante posição que o Banco da República ocupava no sistema financeiro do país e a seu papel semi-oficial como banqueiro do governo, o Tesouro Federal interveio para apoiá-lo. O banco reorganizado, agora chamado Banco do Brasil, ficou sob controle direto da União. Na década de 40, o BB esteve presente na Marcha para o Oeste, deflagrada pelo presidente Getúlio Vargas, ajudando a incorporar milhares de hectares de terras ao processo produtivo. Em 10 de novembro de 1941, o BB inaugura, em Assunção, Paraguai, sua primeira agência no exterior. A sede do BB foi transferida para Brasília no dia da inauguração da nova capital, no dia 21 de abril de 1960. Até 1966 o Banco instalou poucas agências no exterior. A partir de 1967, passa a atuar com maior impulso no plano internacional. Agências e escritórios são abertos na América Latina. No mesmo ano, autorizou-se a abertura da filial de Nova Iorque, inaugurada em 1º de abril de 1969.

Em 1971, o Banco somava 975 agências em território nacional e 14 no exterior. Em 15 de maio de 1986, o banco constituiu a BB Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A. Inicia-se, assim, a transformação do Banco em conglomerado

financeiro. Nos anos seguintes, como forma de aumentar sua presença em vários segmentos do mercado, o BB ampliou sua atuação por meio de novos produtos e serviços, tais como a criação da BB Consórcios, do Brasil veículos (seguros de veículos), do Brasil saúde (seguros de saúde), da Brasil cap (capitalização), do BB Cartões (cartões de crédito) e do Banco Popular do Brasil (BPB). Em 2001, tornou-se banco múltiplo.

Hoje o Banco do Brasil é o principal financiador do agronegócio do país sendo ele o maior percentual de nosso produto interno bruto (PIB). O BB no ano de 2012 registrou uma receita 12,205 bilhões de reais o maior de sua história mesmo em um cenário desfavorável.

3.1.2 Banco Itaú.

Com a entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial, o governo brasileiro baixou medidas de represálias econômicas contra alemães e italianos. Uma dessas medidas determinou a liquidação de filiais de bancos cujas matrizes estivessem nos países inimigos, o que provocou o encerramento das atividades de diversos bancos tradicionais em São Paulo. Foi neste contexto que surgiu o Banco ITAÚ. A história do tradicional banco tem início na pequena cidade de Pratápolis, distrito de Itaú, Minas Gerais, quando Alfredo Egydio de Souza Aranha, um advogado e empresário empreendedor, fundou, no dia 30 de dezembro de 1943, o *Banco Central de Crédito*.

No ano posterior após um período de organização do novo banco, foram obtidas as primeiras cartas patentes pela Caixa de Mobilização e Fiscalização Bancária, autorizando o banco a realizar operações bancárias, com a abertura de quatro agências em locais diferentes. De posse de suas patentes o Banco central de credito abriu sua primeira sede em São Paulo no dia 2 de janeiro.

Ao final da década o Banco Central de Credito já possuía 11 agências três na capital e oito no interior do estado. No ano de 1951 foi inaugurada a agências de santos, intensificando assim as operações daquele banco já que havia uma forte campanha em cima do café.

Ao final do primeiro ano de atuação da nova empresa, o banco já contava com três agências onde a sede ficava na capital paulista e duas no interior do estado (Campinas e São João da Boa vista) com 22 funcionários ao total. No passar do tempo o banco passou a trocar sua razão social por Banco Federal de Credito, logo com dez anos de funcionamento o banco contava com 24 agências e 113 funcionários. O crescimento contínuo do banco se deu pela aquisição de mais clientes que buscavam diversos produtos bancários. Desta maneira a década de 60 e 70 foi marcada por diversas incorporações que fizeram com que o crescimento do banco fosse de maneira rápida e veloz. A primeira aquisição foi o Banco Paulista, logo após foi inaugurada a sua primeira agência fora do estado, mais precisamente no Rio de Janeiro. Já nesta época é que começava o processo de mecanização informatização dos processos bancários, mas o processo era lento, desta forma a única maneira de crescer era se unindo com outras instituições. Desta forma a primeira fusão se deu com um banco mineiro chamado Banco Itaú S/A. logo o novo banco se estruturaria com 112 agência e estando em cinco estados do Brasil ocupando a posição de 16º bancos dos país.

Em 1966, com a lei da Reforma Bancária (ocorrida em 1964), os bancos foram autorizados a criar bancos de investimento no Brasil. O Banco Federal Itaú foi o pioneiro nessa iniciativa, obtendo a primeira carta patente para um banco de investimentos do país, com a constituição do Banco Federal Itaú de Investimentos. Surgiu então a oportunidade de uma nova fusão, desta vez com o Banco Sul Americano do Brasil. Com nova denominação, o Banco Federal Itaú Sul Americano S.A. .

Em 1969, uma nova fusão foi realizada, com o objetivo de ampliar a participação no ranking dos bancos nacionais. Dessa vez, com o Banco da América S.A. Assim, o novo Banco Itaú América S.A. passava a contar com uma rede de 274 agências distribuídas pelos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul,

Mato Grosso, Distrito Federal e Bahia. A década de 70 foi um período de rápido crescimento não só pela expansão interna, mas pelas sucessivas aquisições dos bancos Aliança, Português do Brasil e União Comercial. Em 1973 era evidente a força do banco Itaú perante o publico. Uma marca simples e original onde era fácil memorizar, significava assim uma marca simples e solida por isso a razão social foi

alterada para Banco Itaú S.A. NO final desta mesma década o Itaú deu seus primeiros passos em territórios internacionais, abrindo agencias em Nova York e Buenos Aires.

Em 1994 foram fundados outras agencias em outros países como o Banco Itaú Europa, Itaú Argentina e o Itaú Bank (Cayman) ampliando a visão e a operação no mercado internacional. No seguinte ano o Itaú teve mais uma expansão adquirindo o BFB-Banco Frances e brasileiro, reforçando sua carteira em clientes de alta renda, tesouraria e corporate bank.

No final dos anos 90, o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso teve inicio o processo de privatização dos banco públicos, que foram o fator primordial para a expansão do ITAÚ nesta década. Nesse período, adquiriu o Banco Banerj (junho de 1997), Bemge - Banco do Estado de Minas Gerais (1998), Banestado - Banco do Estado do Paraná (outubro de 2000) e BEG - Banco do Estado de Goiás (2001). Em maio de 2006, o banco comprou, por US\$ 2.2 bilhões, as operações do BankBoston (subsidiário do Bank of America) no Brasil, Chile e Uruguai. Com a operação, o ITAÚ agregou 5.500 clientes, 200 funcionários especializados e US\$ 3.666 bilhões em ativos, dobrando sua carteira de private banking no exterior. Os 203 mil correntistas do BankBoston do Brasil foram integrados ao ITAÚ PERSONNALITÉ.

Mais recentemente, no início do mês de novembro de 2008, o ITAÚ anunciou uma gigantesca fusão com o Unibanco, formando assim o maior banco do país e o maior grupo financeiro do hemisfério sul, cujo valor de mercado fez com que ele ficasse situado entre os 15 maiores do mundo. Tratava-se de uma instituição financeira com a capacidade de competir no cenário internacional com os grandes bancos mundiais. Os números do resultado da fusão foram gigantescos: o total de ativos combinado era de mais de R\$ 623 bilhões, aproximadamente 4.800 agências e postos de atendimento (representando 18% da rede bancária brasileira) e 14.5 milhões de clientes de conta corrente (18% do mercado). Em volume de crédito, representou 19% do sistema brasileiro, e em total de depósitos, fundos e carteiras administradas atingiu 21%. Nos anos seguintes, como acontece no caso de grandes fusões, a marca mais forte (ITAÚ) absorveu a Unibanco, que deixou de existir desta maneira a razão social passou a se chamar Itaú Unibanco S.A.

3.1.3 Banco Santander.

O Santander é um dos maiores bancos do mundo, um verdadeiro colosso do mercado financeiro mundial, sempre inovando e construindo um modelo proprio de atendimento, uma enorme quantidade de agências, tecnologia de ponta e respeito pelo cliente e pelo capital empregado.

A história deste banco teve inicio no ano de 1857 na cidade costeira de Santander, Situada no norte da Espanha, atravez de um decreto da Rainha Isabel II que autorizou a constituição do banco Santander. Desde seu inicio o banco foi voltado ao negocios do exterior, inicialmente ligado ao comercio do porto de Santander e região. Apartir de 1900° Santander cresceu em um ritmo forte, dobrando assim sua balança e seu lucro, ampliando seu Capital. Em fevereiro de 1920, Emilio Botin foi nomeado presidente fixo do banco. Em seu comando o banco mudou sua sede e abriu sucursais fora da região, a primeira foi na cidade de Astillero em 1923. Em 1934 o Santander impulsionando um grande crescimento pelo territorio espanhol, ingressando na cidade de Madrid com a compra do Banco de Avila e em 1947 que inaugurou seu primeiro escritorio em Havana capital de Cuba, iniciando sua jornada no cenario internacional abrindo filiais em paises como Argentina, Mexico e Venezuela.

Em 1957 ao completar cem anos de existência, o Santander ja ocupava a setima colocação no ranking das maiores instituições Financeiras da Espanha. Em 1976 com a aquisição de um banco em Porto Rico, e outros, no Chile, o Santander se formou no primeiro banco ibero-americano. A década de 80 foi marcada por grande aquisições como:

- 1985 – criação do Banco de Investimentos Santander.
- Compra de um Banco Alemão com tres decadas de experiencia na area de financiamento de veiculos
- 1988 – Aliança com tradicional The Royal Bank of Scotland.

Na década de 90 o Santander comprou o Banco Espanhol de Credito Banesto, desta forma o Santander assumia a liderança como principal banco da Espanha. No Ano seguinte inicia-se a fase de expansão para os países latinos, permitindo que o banco desenvolvesse mais negócios dentro do Brasil, Argentina, Chile, México, Colômbia, Peru, Venezuela e Uruguai. Em 2000, com a aquisição de outros bancos no Brasil, Chile e México, o SANTANDER se tornou o maior grupo financeiro na América Latina. Pouco depois o grupo constituiu o banco SANTANDER CONSUMER em 12 países europeus e

nos Estados Unidos.

Em 2004, mudou sua sede mundial (chamada La Ciudad Santander) para a cidade de Madrid, onde trabalham cerca de 7.000 pessoas. No mesmo ano, mês de novembro, ocorreu a incorporação do Abbey National (atual SANTANDER), sexto maior banco do Reino Unido. Recentemente, após a aquisição do banco americano Sovereign Bancorp, passou a contar com 90 milhões de clientes, mais de 14 mil agências - mais do que qualquer outro banco internacional. Atualmente, o SANTANDER é o principal grupo financeiro na Espanha e na América Latina, e desenvolve uma importante atividade de negócios na Europa, com destacada presença na Inglaterra, assim como em Portugal, onde é o quarto maior grupo financeiro. Segundo a consultoria britânica Interbrand, somente a marca SANTANDER está avaliada em US\$ 4.846 bilhões, ocupando a posição de número 68 no ranking das marcas mais valiosas.

Somente em 1982 foi instalado o primeiro escritório de representação do Santander no Brasil e tempos depois começaram as operações do Santander Investiment. O Processo de forte crescimento de seus negócios no Brasil foi iniciado em 1997 com a aquisição do Banco Geral do Comercio S/A. Nos anos seguintes houve mais três aquisições importantes fortalecendo mais a marca dentro do mercado Brasileiro. Em 1998 comprou o Banco Noroeste S/A. Em 2000.

O Santander adquiriu o Conglomerado Financeiro Meridional e em novembro do mesmo ano adquiriu o Banco do estado de São Paulo (Banespa) de tal forma que trouxe enorme ganho, tanto em números quanto em clientes como de agencias. Em 2008, paralelamente com o banco Ita, o Santander realizou outra importante aquisição ao assumir a operação do holandês ABN Amro Bank na América Latina, controlador do banco Real, se tornando no cenário nacional o terceiro maior banco em ativos.

Em 2009 fez seu lançamento primário de Ações na BOVESPA com extremo sucesso. No decorrer do período o banco continuou e a marca e suas cores continuaram, mas unindo as práticas e valores do Banco Real e suas inovações para construir um banco cada vez melhor para seus clientes. Atualmente o banco é o terceiro em volumes de ativo e o primeiro entre os bancos internacionais.

3.1.4 Banco Bradesco.

No Brasil, por menor que seja a cidade, sempre existe uma agência do Bradesco por perto. Considerada uma das marcas mais fortes do mercado brasileiro. O Bradesco é um dos maiores bancos privados dos países, sempre mantendo a frente no mercado do varejo.

A empresa Bradesco surgiu no começo de 1943, na cidade de Marilha Interior de São Paulo, quando o Jovem Amador Aguiar, que queria ser banqueiro, junto com alguns amigos adquiriu a Casa Bancaria Almeida. A instituição ganhou imediatamente outro nome chamado Banco Brasil de Desconto S/A. Amador Aguiar modelou o perfil do banco como uma instituição que democratizou o serviço e produtos financeiros, ao contrariando a tendência da época que era voltada para empreendimentos rurais, grande empresas e pessoas de grandes posses. Seu interesse principal era atrair pequenas empresas, funcionários públicos e pessoas com pouco poder aquisitivo num esforço para abranger maior número de brasileiros.

Pioneirismo é a palavra chave para o Bradesco, foi um dos primeiros a incentivar seus clientes a usarem cheques, ensinando-os a usarem quando não sabiam. Em 1946 a matriz foi alterada para São Paulo e suas agências passaram a receber diversos pagamentos como contas de água, luz e imposto de renda, uma inovação na época. Com apenas oito anos de existência em 1951 passou a ser o maior banco privado do Brasil. Naquela época já tinha agências no norte rural do Paraná. Em 1956 foi inaugurada a fundação São Paulo de Piratininga posteriormente chamada de fundação Bradesco que tinha por objetivo educar jovens e crianças pobres. O Bradesco foi pioneiro no modo de gerir empresas separando a administração central das agências, desta forma problemas corriqueiros não afetariam os diretores do banco para melhor otimizar os negócios. Amador Aguiar foi pioneiro em suas ideias, trazendo soluções simples para problemas complexos, já em 1959 Amador transformou o Bradesco o maior banco da América Latina. Logo a década de 60 foi marcada pela chegada da informatização do banco.

Em 1962 o Bradesco demonstrou seu pioneirismo na inovação para seus clientes sendo a primeira empresa da América Latina a adquirir um computador de grande porte, possibilitando o acesso a extratos diários para seus clientes e prestação de serviços inéditas para a época. Seguindo esta linha de inovação implementou em 1968 o Cartão de Crédito Bradesco, o primeiro no sistema bancário Brasileiro. Sabendo do

contexto favorável da economia da época onde crescia pelo patamar de 10% ao ano, o Bradesco investiu muito no segmento de crédito principalmente na área de financiamento de veículos, onde destacou-se no mais no cenário nacional.

Em 1980, foi constituído o *Grupo Bradesco Seguros*, com negócios nos segmentos de previdência privada aberta e de capitalização, além de seguros. Na mesma época, popularizou o uso do cartão magnético entre os clientes e implantou as primeiras agências com autoatendimento e o telecompras Bradesco.

Em 1988, incorporou suas subsidiárias de financiamento imobiliário, banco de investimento e financiadora, tornando-se um banco múltiplo, além de mudar a denominação para Banco Bradesco S.A. Um dos pilares centrais da estratégia da organização para dar sustentabilidade e impulsionar os negócios, foi desde muito cedo o uso da tecnologia da informação. Caracterizada pelo pioneirismo, possibilita aos clientes o acesso a serviços seguros, inovadores, de qualidade e de fácil uso.

No início da década de 1990, todas as agências BRADESCO passaram a trabalhar on-line e o autoatendimento se expandiu por todo o Brasil, com máquinas automáticas de saques, recolhimento de depósitos e emissão de cheques. O sistema de *Internet Banking*, pioneiro no Brasil, também conquistou os clientes e passou a ser um dos mais importantes canais de atendimento, com milhões de usuários cadastrados. Foi implantado o *Bradesco Mobile Banking*, que permitia operações de consulta de saldos e extratos e até pagamento de algumas contas pelo celular.

Na primeira década do século 21, o BRADESCO reafirmou sua vocação para o varejo. Criou o Banco Postal, em parceria com os Correios. Em linha com os seus objetivos de inclusão bancária, a iniciativa viabilizou o acesso a produtos e serviços financeiros, principalmente em localidades até então desprovidas de serviços bancários. Posicionou-se também entre os líderes em diferentes segmentos, como: Prime, Corporate, Private e no atendimento à micro, pequenas e médias empresas. Nessa longa trajetória, em nenhum momento o BRADESCO perdeu de vista as legítimas expectativas dos seus acionistas e investidores quanto aos resultados e nem a consciência de seu papel de agente do crescimento econômico do país.

3.1.5 Banco Unibanco.

Em 27 de setembro de 1924, uma carta patente do governo federal do Brasil autorizou o funcionamento da seção bancária da Casa Moreira Salles, uma das mais

importantes lojas de comércio de Poços de Caldas, Minas Gerais, fundada pelo comerciante João Moreira Salles em 1918.

Em 1931, a seção bancária da Casa Moreira Salles é transformada em uma instituição independente: a Casa Bancária Moreira Salles. A partir daí a empresa se tornou, durante uma década, financiadora de destaque de empreendimentos da região, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico local. Com a prosperidade dos negócios, surgiu, em julho de 1940, o Banco Moreira Salles, resultado da fusão entre a Casa Bancária Moreira Salles, o Banco Machadense e a Casa Bancária de Botelhos, que passou a oferecer um antecessor do cheque especial, “as contas garantidas”.

Desse momento em dia começou a expansão das atividades do Banco Moreira Salles, que deixou, então, de ser um banco regional do sul de Minas Gerais. São inauguradas as agências do Rio de Janeiro (então capital federal), em abril de 1941, e de São Paulo, em julho de 1942. Já em 1945, com cinco anos de trajetória, a instituição contava com uma rede de 34 unidades, entre matriz, sucursais e agências.

Após 10 anos de atividade, no final da década de 50, esse número subiu para 63 unidades. O Banco Moreira Salles ultrapassou suas barreiras geográficas e acompanhou o processo de modernização, urbanização e industrialização característico do Brasil daquela época. Em 1964 o banco já dispunha de 191 agências em funcionamento. Pouco depois, em 1966, o banco Moreira Salles, junto com sócios como a Deltec, a Light and Power Co. e o grupo Azevedo Antunes criou o Banco de Investimento do Brasil (BIB). A criação do BIB decorreu da absorção de duas organizações com tradição no mercado de ações no país: a Deltec e o Ibec (International Basic Economy Corporation, do grupo americano Rockefeller). A partir daí o Grupo Moreira Salles se destacou por uma característica que iria permear seus negócios no decorrer do tempo: aliar-se à excelência e à experiência já existentes, atraindo talentos.

Em maio de 1967, ao se fundir com o Agrimer (Banco Agrícola Mercantil) surgiu sua nova denominação: União de Bancos Brasileiros S.A. (UBB). A UBB nasceu com 8.570 funcionários, 333 agências (a maior rede do Brasil naquela época) e mais de 1 milhão de correntistas, distribuídos em nove estados além do Distrito Federal. Dois anos depois já estava no segundo lugar no ranking de bancos comerciais privados do Brasil. Em 1970, ocorreu a segunda grande incorporação, com a absorção do Banco Predial do Estado do Rio de Janeiro. Com ela, um novo perfil institucional foi instaurado: a popularização como banco de varejo. Pouco depois, em 1972, outro fato importante ocorreu: a UBB assumiu o controle do BIB (Banco de Investimento do

Brasil) comprando as participações da Deltec (20%) e do Ibec (19%), ampliou consideravelmente sua penetração no norte e nordeste, inaugurando agências nas cidades de Aracaju, Maceió, João Pessoa, Natal, São Luís, Belém e Manaus.

Para ilustrar essa integração e facilitar a visão de todas as empresas como um grupo assim como a sua comunicação com o público, as 15 empresas passaram a ter uma só denominação a partir de 1975: UNIBANCO, chegando ao mercado o nome que nos últimos 35 anos se tornou sinônimo de tradição, experiência, excelência em produtos e serviços, compromisso com clientes, crescimento e transparência. Em 1983 uma associação mudou o perfil do setor de seguros no Brasil: a Unibanco Seguradora se uniu à Sul América, líder do setor, por meio de uma troca de participações. Nascia então a Sul América Unibanco Seguradora, contando com toda a rede do UNIBANCO para consolidar sua liderança. No mesmo ano, em Curitiba, as três primeiras unidades do Banco 24 Horas são abertas ao público em uma atitude ousada e pioneira. Nelas os clientes podiam realizar saques, depósitos ou consultar dados a qualquer hora. Oito anos depois, em 1991, nascia o Banco 30 Horas, marca de sucesso incontestável do UNIBANCO. O novo serviço tornava o UNIBANCO disponível a seus clientes 30 horas por dia: seis na agência e outras 24 ao alcance do telefone. Hoje o serviço conta com diversos canais alternativos, como internet, celular e fax. Em 1993, inaugurou um novo Centro de Processamento de Dados, aumentando em 40% a capacidade de processamento do banco. O investimento realizado pelo banco nessa ampliação lhe garantia o compromisso com a crescente qualidade de seus serviços e já antevia o crescimento substancial que ocorreria em suas operações. Um dos fatores que contribuíram para tal crescimento foi à aquisição de parte dos ativos, em 1995, do Banco Nacional S.A., operação sem precedentes no mercado brasileiro. Com ela o UNIBANCO passou a ter uma rede de 1.446 dependências no Brasil, cerca de 2.1 milhões de clientes e uma base de 1.4 milhões de portadores de cartão de crédito.

Em 1996, o UNIBANCO adquiriu 50% da Fininvest, financeira com grande experiência no segmento de crédito direto ao consumidor e pertencente ao grupo Icatu. No ano seguinte, dois outros movimentos importantes ocorrem: o lançamento suas ações na NYSE, tornando-se o primeiro banco brasileiro a negociar seus títulos na bolsa de Nova York e a associação com o grupo financeiro AIG, American International Group.

No ano de 2000 terminou com marcas históricas: 1.623 pontos de atendimento no Brasil, crescimento do lucro líquido e aumento de 50% na base de clientes. Isso se

deveu em parte ao crescimento orgânico, mas também foi resultado da aquisição do controle integral da Fininvest, do Credibanco e do Banco Bandeirantes. Com a compra do Banco Bandeirantes, por meio de uma emissão de ações, o UNIBANCO passou a contar com um novo sócio estrangeiro: a Caixa Geral de Depósitos. O novo milênio começou também com novas parcerias: com a Globex/Ponto Frio, por meio de seu banco InvestCred (atualmente PontoCred); com o Magazine Luiza, formando o LuizaCred. Não faltaram motivos para as comemorações dos 80 anos do UNIBANCO, em 2004. O ano começou com a compra do HiperCard, cartão de crédito private label e principal meio de pagamento das lojas Bomprego, aceito em mais de 70.000 estabelecimentos comerciais do Nordeste. No dia 3 de novembro de 2008, Itaú e UNIBANCO assinaram contrato de associação para a unificação das operações financeiras dos dois bancos. Foi o início formal da construção de um dos maiores conglomerados do Hemisfério Sul, com valor de mercado que o situa entre as 20 maiores instituições financeiras do mundo.

3.1.6 Banco Real.

No Brasil, o ABN AMRO Bank iniciou suas atividades em 1917 com o nome de Banco Holandês da América do Sul e destacou-se em operações de câmbio e comércio exterior, envolvendo, principalmente, as exportações de café. Por esse motivo, as operações do Banco Holandês da América do Sul foram iniciadas no Brasil através de agências instaladas em duas cidades portuárias: Santos, no Estado de São Paulo, e Rio de Janeiro. A primeira agência na capital paulista foi aberta dois anos mais tarde, em abril de 1919. Em sua trajetória de mais de 80 anos de atuação no Brasil, o Banco Holandês da América do Sul mudou de nome duas vezes antes de adotar, em 1993, a denominação de ABN AMRO Bank. Os outros nomes utilizados pelo banco foram Banco Holandês Unido e Banco Holandês.

No Brasil, o Banco destacou-se em operações de câmbio e, a partir dos anos 60, começou a estruturar sua área de financiamento direto ao consumidor a partir da aquisição da companhia Aymoré de Crédito, Financiamento e Investimento. Já na década de 90. A Organização fortaleceu sua posição nos segmentos de Corporate Banking, Private Banking e Asset Management.

Em 1998, quando foi efetivada a aquisição do BANCO REAL, o ABN AMRO Bank, era líder de mercado no financiamento de veículos usados, contava com cerca de 50 escritórios em todo o país e com uma excelente reputação como banco de atacado, especializado na formatação de complexas operações financeiras para grandes empresas nacionais e multinacionais.

O BANCO REAL, por sua vez, foi fundado em 1925 como uma cooperativa de crédito. Em pouco tempo, transformou-se em banco, passou a atuar em todos os segmentos do mercado financeiro e destacou-se no setor de Varejo, sendo pioneiro no lançamento de muitos produtos e serviços bancários hoje bastante utilizados por todas as instituições. O crescimento do BANCO REAL – que até 1971 utilizava a denominação de Banco da Lavoura de Minas Gerais – também se caracterizou por uma série de fusões e aquisições, envolvendo, inclusive, dois grandes e conhecidos grupos financeiros brasileiros: o Banco Auxiliar e o Comind.

No momento da aquisição pelo ABN AMRO Bank, o Banco Real destacava-se por operar em todos os segmentos do mercado financeiro e ser um dos mais respeitados e sólidos bancos brasileiros, com cerca de 17.000 funcionários e, aproximadamente, 1.400 agências e escritórios. Em 2008 a marca foi extinta devido a venda do banco ao conglomerado bancário Santander. A poderosa empresa adquiriu-o as agências e todo capital humano do Banco REAL. O Santander fundiu os valores e culturas do antigo Banco REAL com seus próprios valores para assim formar um banco mais competitivo e buscar mais clientes no cenário interno. Alguns valores do banco REAL podem ser visto:

- **Integração:** Juntos, o ABN AMRO Bank e o BANCO REAL formam uma instituição que é uma dos maiores bancos privados do país. A Organização contava, em dezembro/2000, com mais de 1.500 pontos de atendimento e cerca de 22 mil funcionários. A integração entre as duas instituições transcorreu bem, uma vez que os dois bancos possuíam características complementares e sempre adotaram uma postura similar na condução dos seus negócios, agindo com base em fundamentos sólidos e na integridade de seus métodos.
- **Valores Corporativos:** A atuação do Banco ABN AMRO Real está voltada para

o atendimento dos seus clientes, observando rigorosamente os seus Valores Corporativos.

- **Integridade:** Acima de tudo, temos um compromisso de sermos éticos, coerentes e transparente em tudo o que fazemos e em todo tipo de relacionamento que temos, dentro e fora da organização.
- **Respeito:** Respeitamos todas as pessoas independentemente de origem, hierarquia, sexo e idade. Nossa força advém da diversidade de ideias, opiniões e interesses, tratando com dignidade as diferenças ou divergências.
- **Trabalho em equipe:** O trabalho em equipe é a essência de nosso sucesso como rede bancária internacional. Nosso maior compromisso é o bem-estar de toda a Organização, o que exige que todos nós passemos a aprender com os outros e a partilhar nossos conhecimentos e recursos, visando o benefício de nossos clientes, funcionários, sociedade e acionistas.
- **Profissionalismo:** Ao servir nossos clientes, estamos comprometidos com o mais alto padrão de qualidade, buscando inovações e atuando de maneira decisiva e harmoniosa. Profissionalismo deve, também, orientar as relações inter/intra-áreas dentro da Organização. Esses Valores formam a base de todas as estratégias, decisões, políticas e procedimentos adotados pela Organização. Da mesma forma, eles orientam todas as atividades do dia-a-dia de trabalho e devem ser observados nos relacionamentos do Banco com os seus mais diversos públicos: clientes, funcionários, acionistas e a sociedade em geral. Os Valores Corporativos foram definidos e adotados formalmente pelo Conselho de Administração do ABN AMRO Bank, em Amsterdã, no final de 1996, depois de ampla consulta às unidades do Banco em todo o mundo.

3.2 Fusões e Compras de Instituições Financeiras.

Fusões e aquisições sempre acontecem no mercado, os ciclos econômicos movidos por alterações na estrutura política de um país levam a mudanças não só macro, mas microeconômicas também, desta maneira muitas empresas tem que se

fundir ou comprar outras para manter-se no setor com peso para concorrer com as demais, Um exemplo deste quadro foi o que aconteceu com o processo de fusão do Itaú com o Unibanco. Segundo o site da revista veja (2008) a fusão do Itaú com o Unibanco ocorreu no dia 3 de novembro de 2011 após 15 meses de negociações sigilosas e assinatura do contrato indicando a fusão das operações financeiras entre ambos os bancos, criando assim o maior conglomerado bancário do país ficando entre os vinte maiores bancos do mundo. A nova instituição se chamara Itaú Unibanco holding e terá o patrimônio líquido de 51 bilhões de reais. Desta forma a estrutura do banco fica como demonstra tabela abaixo.

Figura 4 - O Tamanho da Fusão Itaú/Unibanco.

O tamanho da fusão			
Números* de Itaú e Unibanco – antes e após o acordo			
	Itaú	Unibanco	Total
Correntistas	9,8 milhões	4,7 milhões	14,5 milhões
Agências e PABs**	3.557	1.234	4.791
Ativos***	R\$ 396,6 bi	R\$ 178,5 bi	R\$ 575,1 bi
Valor de mercado	R\$ 96,6 bi	R\$ 18,8 bi***	R\$ 115,4 bi
Patrimônio líquido	R\$ 30,3 bi	R\$ 12,6 bi	R\$ 42,9 bi
Volume de crédito	R\$ 134,8 bi	R\$ 68,9 bi	R\$ 203,7 bi

* Junho de 2008 ** Postos de Atendimento Bancário *** Setembro de 2008

<p>Glossário</p> <p>Ativos Total de bens e direitos de uma companhia: seu saldo em bancos, aplicações financeiras, estoques de produtos, pagamentos a receber de clientes, veículos, prédios, máquinas, valor da sua marca.</p> <p>Valor de mercado É quanto um eventual comprador precisaria pagar para adquirir de uma vez a companhia inteira. No caso das empresas cotadas na Bolsa, é o valor total de suas ações.</p>	<p>Patrimônio líquido Diferença entre todos os ativos (bens e direitos) e passivos (dívidas e obrigações).</p> <p>Passivo Total de dívidas e obrigações da empresa, tais como pagamentos a efetuar para fornecedores, salários e impostos a pagar, dívidas e empréstimos bancários.</p> <p>Volume de crédito Valor que o banco tem disponível para crédito.</p>
--	--

Fonte: Revista Veja (2008)

Em relação ao setor, grandes mudanças acontecem relacionadas ao cenário de concentração bancária. As demais instituições tendem a elaborar estratégias para enfrentar o novo cenário de concorrência com novas taxas, novas tecnologias e novos produtos, pois com fusões ou aquisições de outras instituições a concentração tende a ser maior. Como demonstrado na tabela abaixo.

Figura 5 - Como Fica o Mercado Itaú/Unibanco.

Como fica o setor					
Compare os números do novo banco com os concorrentes					
	lucro líquido	patrimônio líquido*	clientes	pontos de atendimento	preço da ação**
Banco do Brasil	2.234,5	13.725,8	27,8 mi	15.324	R\$ 14,32
Bradesco	4.672,9	18.074,6	37 mi	30.671	R\$ 21,89
Citibank	879,4	1.865	400 mil	223	-
Banco Real	1.353,7	6.682,7	8 mi	3.551	R\$ 0,15
Santander	805,1	4.950,1			
Itaú + Unibanco	4.726,4	15.535,9	14,5 mi	4.791	R\$ 26,90

* 2007, ajustado em milhões de dólares ** nesta segunda, dia 3/11

Fonte: Revista Veja (2008)

Outro exemplo que afetou os níveis de concentração no cenário bancário brasileiro foi à compra do banco Real feita pelo banco Santander. Em 2008 o banco Santander Adquiriu o banco Real aqui no Brasil, o objetivo desta compra foi à busca por uma maior fatia no mercado para concorrer com as grandes no cenário nacional.

A fusão entre as duas empresas se concretizou em 2010, desta forma O Santander aposentou a marca Real, mas aproveitou todos os valores e inovações do banco mesclando assim a filosofia tanto do banco Real tanto quanto o do Santander. O jargão mais usado pela diretoria mais especificamente pelo vice-presidente do banco Fernando Egidio Martins é “Vamos dar um novo significado ao vermelho do Santander”.

Figura 6 - Mercado Segundo Real e Santander.



Fonte: Revista veja 2008.

Figura 7 - Como fica o Mercado com a Fusão Santander / Real.



Fonte: Revista veja 2008.

O objetivo do Santander é buscar mais competitividade para com os bancos nacionais, já que sua atuação fora do país está sendo prejudicada devido a recente crise que abalou o mundo, o Santander vem buscando mais negócios no cenário nacional que é um campo fértil e próspero para captação de novos negócios, principalmente nos produtos de empréstimo em curto prazo, que para um banco comercial, é um dos principais produtos a fim de aumentar a receita da empresa.

4. ÍNDICES DE CONCENTRAÇÃO

As medidas de concentração são utilizadas para captar o comportamento dominante de empresas em um determinado mercado. Desta maneira a concentração empresarial tem importante papel no desempenho da empresa: firmas com concentração alta empregam menos fatores de produção do que empresas com pouca concentração. Esses diferentes indicadores consideram os agentes da economia como critério distinto de ponderação e são apresentadas de maneira comparativa por terem aplicações empíricas deficientes.

Apesar de indicarem, inicialmente, os setores para as quais se espera poder de mercado significativo e fornecer um indicador sintético de concorrência, as medidas apresentam alguns problemas como:

- a) Ausência de poder de mercado para qualquer empresa pertencente a um mercado com entrada fácil.
- b) Elevada parcela de mercado de uma empresa pode ser resultado de custos reduzido ou qualidade superior de produtos e não de poder de mercado;
- c) Cálculo de medidas de concentração delimita o mercado ignorando substitutos próximos em outros mercados.

Após um cálculo de um índice de concentração de um setor, o que se pode dizer sobre tal mercado é o quanto maior o valor da concentração menor será o grau de concorrência entre as empresas e mais concentrado (em uma ou poucas empresas) estará o poder de mercado.

As medidas de concentração industrial podem ser classificadas como medidas de concentrações parciais, medidas de concentração sumárias, medidas de concentração positivas e medidas de concentração normativa. As medidas de concentração parciais são aquelas que não usam as informações sobre todas as firmas que constituem o mercado específico. A medida de concentração sumária são as que querem dados sobre todas as empresas em operação no determinado mercado. Em seguida as medidas de concentração positivas são aquelas que definem a partir de aspectos estatísticos presentes na concentração. Por último as concentrações normativas são aquelas que

levam em conta, também, os parâmetros de comportamento relacionado com preferências dos consumidores e dos produtores.

4.1 Algumas Medidas de Concentração de Mercado.

As concentrações de mercado e suas medidas são uteis para indicar quais os setores de uma economia, com poder de mercado mais significativo. Neste caso tais medidas podem fornecer um indicador de concorrência existente em determinado mercado. Sugerindo que quanto maior for o índice calculado, maior será a concentração deste mercado e menor será sua concorrência entre as empresas que delas participam.

Como já visto anteriormente as medidas de concentração podem ser classificadas como parciais, sumárias, positivas e normativas. Medidas de concentração parciais são aquelas que não usam as informações de todas as empresas que constituem o mercado, como por exemplo, as razões de concentração (*concentration ratios*). As medidas de concentração sumárias, no entanto, requerem dados sobre todas as empresas em operação no mercado, como por exemplo, os índices de concentração de Hirschman-Herfindahl.

Por sua vez, as medidas de concentração positiva são definidas a partir de aspectos estatísticos presentes na concentração, enquanto que as medidas de concentração normativas levam em conta, parâmetros de comportamento relacionado com as preferências dos produtores e dos consumidores.

Seja $X_t > 0$ a informação disponível (quantidades produzidas, vendas totais, por exemplo) sobre a i -ésima empresa que opera em um mercado com n empresas. Se tais unidades de medida usadas para quantificar as informações forem comum a todas as empresas então será possível agrega-las. Seja, portanto $X = \sum_{i=1}^n X_t$ de modo que $s_t = \frac{X_t}{X}$. Assim se as empresas forem classificadas em ordem decrescente de acordo com sua posição de mercado, $X_1 \geq X_2 \geq X_3 \geq \dots \geq X_n$, então $s_1 \geq s_2 \geq \dots \geq s_n$.

4.1.1 Market Share.

Market Share é a participação de mercado, ou quota de mercado que uma empresa tem no seu segmento ou no segmento de um determinado produto. O Market Share é utilizado para avaliar a força e as dificuldades de uma empresa, além da aceitação dos seus produtos. Seja Q_i a informação disponível sobre uma empresa i

(quantidade produzidas, faturamentos, por exemplo), que opera em um setor, compreendendo n empresas: $i = 1, 2, \dots, n$. Pode-se então calcular o market share de cada empresa de tal forma:

$$s_i = \frac{Q_i}{\sum_{i=1}^M Q_i}$$

4.1.2 Razão de Concentração - CR(k)

A razão de concentração de ordem k é um índice positivo que fornece a parcela de mercado das k maiores firmas no mercado, onde $k = 1, 2, \dots, n$.

$$CR(k) = \sum_{i=1}^k s_i \quad (1)$$

Quanto maior for o valor do índice maior serão o poder de mercado exercido pelas k maiores firmas. Apesar de sua simplicidade, o índice CR apresenta algumas deficiências das quais podemos citar:

1. Ignorar a presença das $n-k$ firmas menores da empresa, de modo que as fusões horizontais ou transferência de mercado que concorrem não alterarão o valor do índice, se a participação de mercado da firma resultante da fusão ou das transferências se mantiverem abaixo da k -ésima posição:
2. Não consideram a participação relativa de cada empresa no grupo das k maiores. Desta forma as transferências no interior do grupo, sem que nenhuma firma seja excluída, não afetarão a concentração medida pelo índice.

Estas dificuldades dos índices de concentração CR motivaram a consideração de medidas sumarias como a que é dado pelo índice de Hirschman-Herfindal.

4.1.3 Índice de Hirschman-herfindahl – HH.

O índice de Hirschman-Herfindal(HH) é definido pela equação:

$$HH = \sum_{i=1}^n s_i^2 \quad (2)$$

Como $\sum_{i=1}^n s_i^2 = \sum_{i=1}^n s_i(s_i)$, o índice HH nos indica a colocar peso maior nas maiores firmas. Assim, quanto maior for o índice HH maior será a concentração e menor será a concorrência entre produtores. Para obter os limites inferiores e superiores do índice HH , resolve-se o problema de otimização condicionada:

$$\min \sum_{i=1}^n s_i^2 \quad (3)$$

$$\text{s. a. } \sum_{i=1}^n s_i = 1 \quad (4)$$

De tal forma que condições de primeira ordem vão resultar em $s_i = \frac{\lambda}{2}$, uma constante, de modo que $s_1=s_2=\dots=s_n = s_i = \frac{\lambda}{2}$, pois $\sum_{i=1}^n s_i = 1$, de sorte que $\frac{1}{n} \leq HH \leq 1$.

Elevar cada parcela ao quadrado significa atribuir um peso maior às empresas relativamente maiores. Quanto maior o HH , maior a concentração e menor a concorrência entre firmas. Vejamos um exemplo numérico com 16 empresas, no qual as seis maiores empresas dominam 90% do mercado e as 10 restantes 1% cada:

Caso 1: Seis firmas com 15% do mercado cada, dez empresas 1% cada.

$$HH = 6 \times 0,15^2 + 10 \times 0,01^2 = 0,136$$

Caso 2: Uma firma com 80%, cinco firmas com 2% cada, dez firmas com 1% cada.

$$HH = 0,80^2 + 5 \times 0,02^2 + 10 \times 0,01^2 = 0,643$$

De acordo com o índice HH , a segunda configuração desse indústria é mais concentrada que a primeira.

É interessante notar que apesar de o limite inferior do índice HH sempre decrescer à medida que o número de empresas no mercado cresce, o índice pode aumentar. Logo a entrada de uma empresa adicional no mercado é compatível tanto com uma redução na concentração quanto com um aumento.

Para ver como isso funciona, observamos que a medida das n empresas no mercado é $\bar{s} = \frac{1}{n}$ e que sua variância é $V(s) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n s_i^2 - \left(\frac{1}{n}\right)^2$, ou $V(s) = \frac{1}{n} HH - \left(\frac{1}{n}\right)^2$.

Como o coeficiente de variância (cv) de uma variável é a razão entre o seu desvio-padrão e sua medida, então,

$$(CV_s)^2 = \frac{V(s)}{(1/n)^2} = nHH - 1 \quad (5)$$

$$HH = \frac{1}{n}[(CV_s)^2 + 1] \quad (6)$$

Quanto maior for a dissensão entre as empresas do mercado, maior será o índice HH. Caso contrário ele aproximará de $\frac{1}{n}$.

Um dos atrativos do índice HH é que ele é fundamentado na teoria de oligopólios. Suponha que as firmas tenham produtos homogêneos e competem num esquema de Cournot. As empresas podem ter diferentes funções de custo então s_i denota o custo marginal (constante) da firma $i = 1, 2, \dots, n$. Pode-se mostrar que na solução de Cournot a parcela de mercado da firma é negativamente relacionada ao seu custo marginal. Quanto menor o custo marginal da firma i , maior será o seu produto de maximização de lucro e, portanto maior será a parcela de mercado da empresa. O resultado importante é que HH é diretamente relacionado a uma soma ponderada das margens preço-custo das firmas da solução de Cournot.

É interessante observar que o uso do índice HH em regulação e defesa da concorrência. Desde o início dos anos de 1980, a agência reguladora Americana Federal Trade Commission (FTC) tem definido o uso do índice HH em substituição ao índice CR(4) para políticas antitruste. As Orientações de Merge Guidelines de 1992 instituíram bandas referencias para orientar a análise nos processos de fusão

A ideia é simples. Como $(s_1 + s_2)^2 = (s_1^2 + s_2^2 + 2s_1 s_2) > s_1^2 + s_2^2$, então a contribuição para a concentração de uma firma após a fusão é maior do que a contribuição das duas firmas individuais, separadamente.

No caso de Merger Guidelines, as agências antitruste trabalharam com índices HH em base de 100 e não em base 1, de tal forma que o índice varia de 0 a 10.000

1. Se $0 \leq HH \leq 1000$, não haverá preocupação com relação quanto a competência na empresa, se a fusão ocorrer.

2. Se $1000 \leq HH \leq 1800$, haverá preocupações quanto a competência se o aumento do índice, após a fusão, for maior do que ou igual a 100 pontos.
3. Se $HH > 1800$, haverá preocupação quanto à competência se o aumento do índice, após a fusão, for maior do que ou igual a 50 pontos.

Supomos que a terceira e quarta empresa iniciam um processo de fusão junto à agência reguladora. Ao calcular o valor potencial do índice pós-fusão, o regulador terá:

$$HH_{\text{pós}} = 40^2 + 30^2 + 30^2 = 3.400$$

Portanto, a fusão lança processo na terceira faixa, pois

$$HH_{\text{pós}} - HH_{\text{antes}} = 400 \text{ pontos} > 50 \text{ pontos}$$

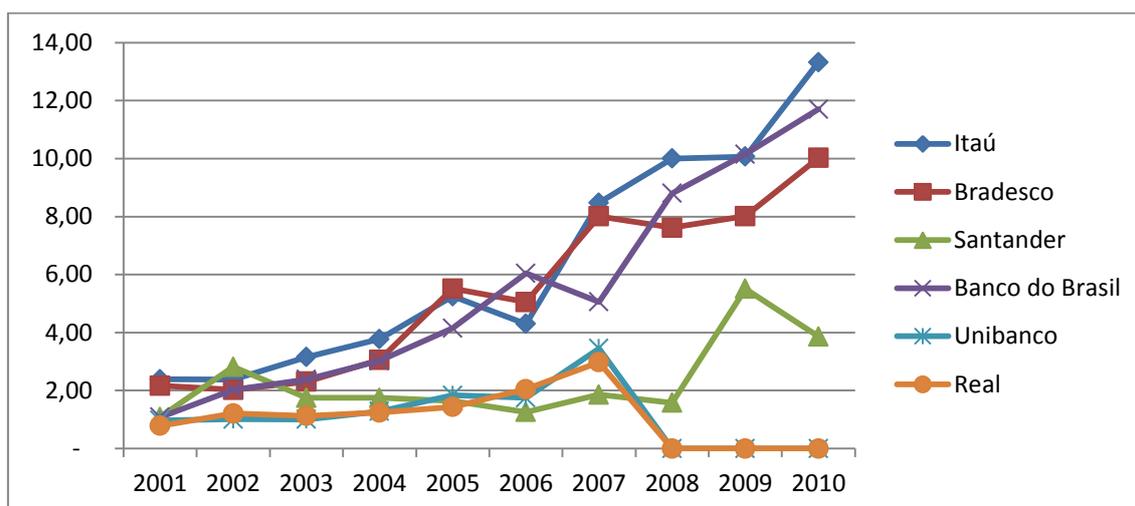
5 RESULTADOS.

Neste momento já temos conhecimento sobre cada banco e sua história e apresentamos os principais indicadores de concentração, de tal forma que iremos calcular essas medidas para o mercado bancário entre o período de 2001 a 2010. O motivo desta pesquisa é encontrar a fatia de mercado de cada banco em território nacional e compreender os efeitos das privatizações e fusões deste mercado.

Para podermos discutir a evolução do setor bancário quanto à concentração serão utilizados dados da tabela abaixo e do lucro líquido de 2001 a 2010.

Primeiramente apresentaremos o Gráfico 1 que trará as informações sobre lucro líquido dos bancos mostrando o desempenho dos mesmo período de 9 anos.

Gráfico 1 – Evolução do lucro líquido no setor bancário no Brasil – 2001 a 2010.



Fonte: Elaboração do autor

Tabela 1 – Valor em Bilhões de Reais do lucro líquido – 2001 a 2010.

Bilhões R\$	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Itaú	2,39	2,38	3,15	3,78	5,25	4,30	8,47	10,00	10,07	13,32
Bradesco	2,17	2,02	2,31	3,06	5,51	5,05	8,01	7,62	8,01	10,02
Santander	1,09	2,82	1,75	1,75	1,64	1,26	1,86	1,58	5,51	3,86
Banco do Brasil	1,08	2,03	2,38	3,02	4,15	6,04	5,06	8,80	10,15	11,70
Unibanco	0,97	1,01	1,01	1,28	1,84	1,75	3,45	-	-	-
Real	0,78	1,21	1,13	1,24	1,44	2,05	2,98	-	-	-
total	8,49	11,46	11,72	14,14	19,83	20,45	29,83	28,00	33,74	38,91

5.1 Market Share.

Observa-se na Tabela 6 o market share e do lucro de cada banco que atua no Brasil, esses seis são o de maior representatividade no mercado nacional.

Podemos observar que no início da década a maioria dos bancos privados somaram a maior fatia do mercado encabeçando esse ranking banco Itaú e Bradesco os dois somam mais de 53,72% do mercado nacional no ano de 2001. Podemos avaliar o no passar do tempo que o banco do Brasil teve uma crescente significativa, devido a incentivos do crédito e da política monetária nacional.

É visto também que a partir de 2007/2008 uma mudança o cenário financeiro nacional. A busca por maiores resultados e por uma eficiência maior fez com que bancos se fundissem ou fossem comprados por outras instituições, esta mesma prática foi realizado nos anos 90 com a criação do plano real e a liberação instituições internacionais atuando no mercado nacional.

Tabela 2 – Market Share (%) do Lucro líquido dos seis maiores bancos que atuam no Brasil de 2001 a 2010.

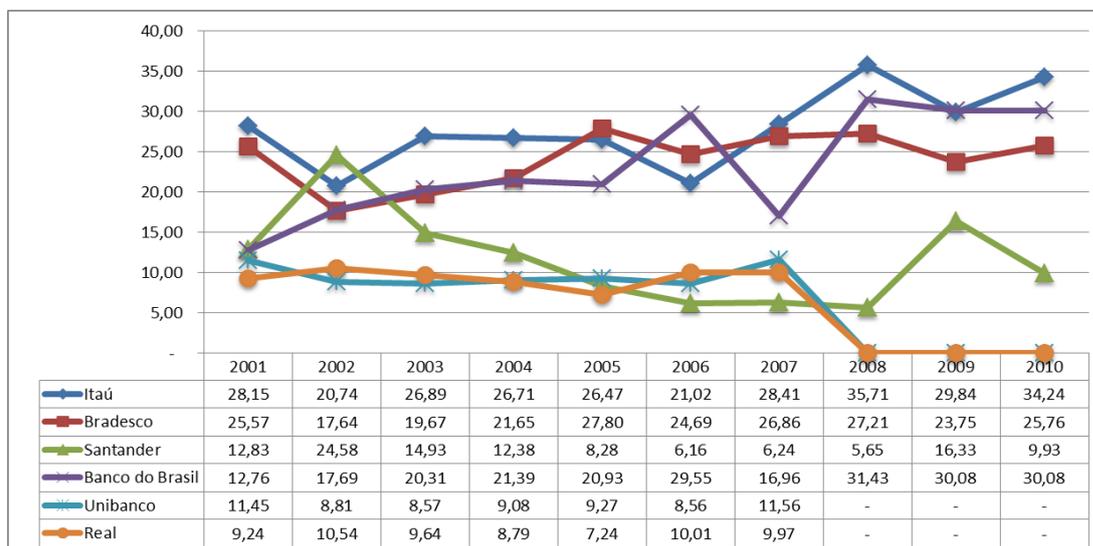
%	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Itaú	28,15	20,74	26,89	26,71	26,47	21,02	28,41	35,71	29,84	34,24
Bradesco	25,57	17,64	19,67	21,65	27,80	24,69	26,86	27,21	23,75	25,76
Santander	12,83	24,58	14,93	12,38	8,28	6,16	6,24	5,65	16,33	9,93
Banco do Brasil	12,76	17,69	20,31	21,39	20,93	29,55	16,96	31,43	30,08	30,08
Unibanco	11,45	8,81	8,57	9,08	9,27	8,56	11,56	-	-	-
Real	9,24	10,54	9,64	8,79	7,24	10,01	9,97	-	-	-

Fonte: Elaboração do autor.

Nos anos 2000 temos mesmo acontecimento do movimento de compra ou fusões entre empresas. Temos dois exemplos, banco Itaú/Unibanco que a partir de 2008 se fundiram formando o maior banco do Hemisfério sul e no mesmo ano o Banco Santander comprou o Banco Real cuja marca já não existe mais. Essas duas aquisições, como é visto na tabela 6, mostra-nos que a fatia de mercado para o setor vem se tornando mais concentrada, e também mais dinâmica devido ao setor ser um balizador para as políticas econômica do país, de tal forma que em 2008, ano da crise econômica que se alastrou pelos EUA e Europa, o governo brasileiro incentivou o consumidor a gastar mais e a procurar mais empréstimos de curto prazo, com esse incentivo vimos que os bancos emprestaram muito e tiveram receitas maiores nos anos que se seguiam.

Mas a inadimplência do país e o não pagamento de muito empréstimos fez com que os bancos tivessem lucros menores nos anos de 2011 em diante.

Gráfico 2 – Market Share (%) Evolução dos seis maiores Bancos que atuam no Brasil de 2001 a 2010.



Fonte: Elaboração do autor.

5.2 Razões de Concentração

Tabela 3 – Razões de Concentração em ao Lucro líquido – 2001a 2010.

ANO	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
CR(3)	66,55	62,96	61,48	60,74	62,56	51,88	61,51	68,57	69,92	69,92
CR(4)	79,31	80,65	81,79	82,14	83,49	81,43	78,46	100,00	100,00	100,00

Fonte: Elaboração do autor.

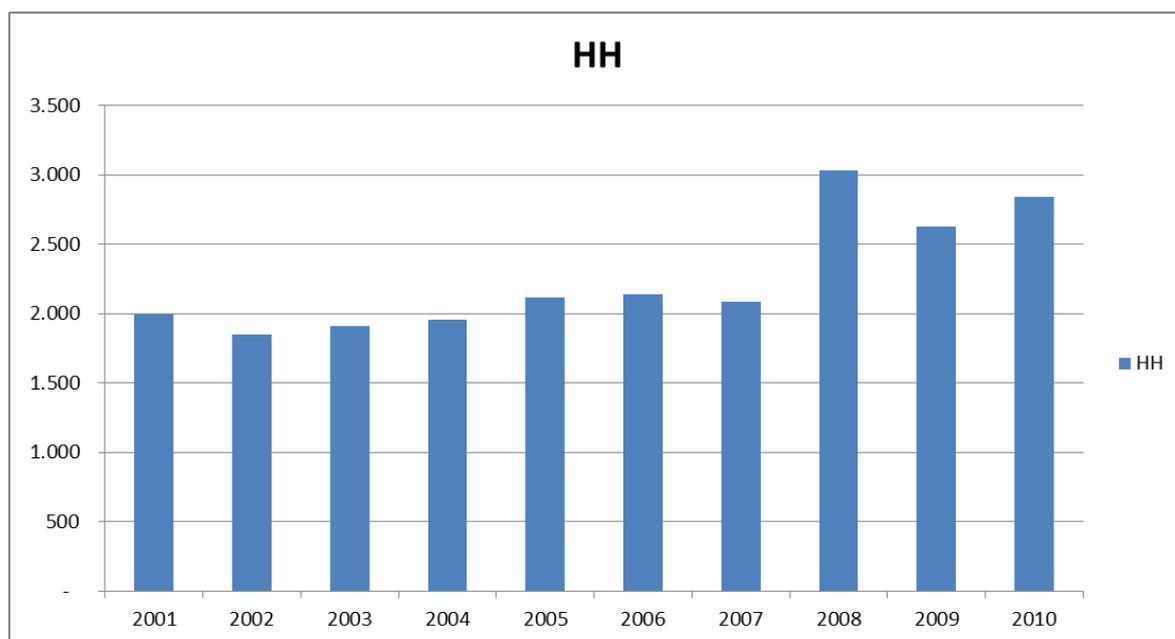
Para o cálculo do CR(3) é possível verificar a partir do gráfico apresentado na Tabela 6, que os bancos que detêm a maior fatia de mercado entre o período de 2001 e 2010 foram Itaú, Bradesco e Banco do Brasil. E no CR(4) concentrou praticamente 100% em 2008 e 2010 e sofreu uma concentração de aproximadamente 30% em 2010.

5.3 Índice de Hirschman-Herfindahl – HH

O Gráfico 7 mostra que o setor bancário brasileiro tem alto índice de concentração de 2008 a 2010, indicando que quanto maior a concentração, menor a

competitividade. Mas no período entre 2010 e 2012 sofreu uma desconcentração devido à entrada de algumas empresas neste setor.

Gráfico 3: Índice de Hirschman-Herfindahl (HH) em relação ao setor bancário – 2009 a 2012.



Fonte: Elaboração do autor.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou a hipótese de que o mercado do setor bancário brasileiro é concentrado no período 2001 a 2008. Utilizando dados do lucro líquido das seis maiores instituições do setor coletados de pesquisas e relatórios das principais empresas participantes deste mercado e disponíveis na internet, calculou-se três medidas de concentração industrial e de mercado: *market share*, razão de concentração e Hirschman-Herfindahl.

Verificou-se que o mercado financeiro brasileiro é concentrado e que muitas das instituições de carteira comercial tendem a se unir para buscar maior fatia de mercado já que o mesmo é também um mercado muito competitivo, devido uma gama gigantesca de produtos e serviços que são oferecidos a taxas diferenciadas, mas não esquecendo de que o foco principal dessas instituições é a busca de *spreeds* maiores, já que no início de cada exercício as instituições fazem o seu orçamento anual prevendo um lucro para seus acionistas valorizando assim suas ações na bolsa.

Alguns fatores podem ser caracterizados como causadores desta concentração: O crescimento dos bancos internacionais no mercado brasileiro já que o conceito de balança comercial entre empresas de nações diferentes vem crescendo muito, a busca por uma tecnologia mais fácil para seus usuários, as fusões e aquisições de bancos menores por bancos maiores e a junções de bancos do mesmo porte faz com que o mercado se torne cada vez mais concentrado.

Um resultado não incluído entre os objetivos deste trabalho, mas que é interessante mostrar é que o mercado bancário do Brasil e formado por uma rede de outros bancos logo sendo ele concentrado é extremamente um mercado competitivo, pois empresas e clientes pessoa física não tem só uma conta bancaria, por tal motivo os bancos brigam entre se para dar para seus clientes um produto melhor com uma rentabilidade aparente maior e com juros menores, mesmo assim são juros que estão dentro da margem de cálculo para um lucro satisfatório.

Com o estudo dos diversos bancos que atuam no cenário brasileiro, abre-se uma lacuna que não fora respondida antes. Porque a Caixa Econômica Federal não consta em nossa pesquisa? Primeiramente para responder tais perguntas precisamos identificar alguns pontos que caracterizam um Banco. O primeiro ponto nosso estudo se baseia no faturamento bruto anual onde as instituições projetam metas para alcançar tais faturamentos, impulsionados pela pressão de seus diretores e acionistas já que a

maiorias das instituições financeiras são de capital aberto. O Segundo ponto é que a CAIXA não é um banco em sua ausência, a mesma é uma autarquia do governo federal com o objetivo de arrecadar recurso através da poupança e é o principal financiador do sistema de habitação e saneamento básico do governo. De tal forma que o capital que compõe a CAIXA é de capital 100% estatal, diferentemente do banco do Brasil que uma instituição de economia aberta e que o principal acionista é o governo e os demais vem do capital privado, logo A CAIXA não se enquadraria no perfil de nosso estudo.

Por fim, mesmo em meio a um mercado concentrado, a concorrência entre as empresas não deixa de existir, beneficiando o consumidor. Assim, as empresas investem cada vez mais e proporcionam maior qualidade com produtos mais atraentes e diversificados, trazendo mais interatividade e informações para suas contas e facilitando a vida do usuário.

7 REFERÊNCIAS.

CAMARGO, Patrícia Olga 2009. A Evolução Recente do Setor Bancário no Brasil.

Historia do Banco Real. Disponível em: < <http://bcc.ime.usp.br/principal/tccs/2003/mrh/> > Acesso em: 03 jul. 2013.

História do Banco do Brasil. Disponível em:
<<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/05/banco-do-brasil-o-tempo-todo-com-voc.html>> Acesso em: 03 jul. 2013.

_____ História do Banco Itaú. Disponível em:
<<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/07/ita-feito-para-voc.html>> Acesso em: 03 jul. 2013.

_____ Historia do Banco Santander. Disponível em:
<<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/05/santander-o-gigante-espanhol.html#uds-search-results>> Acesso em: 05 jul. 2013.

_____ História do Bradesco. Disponível em:
<<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/bradesco-em-todo-lugar.html>> Acesso em: 05 jul. 2013.

_____ Historia do Unibanco. Disponível em:
<<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/08/unibanco-nem-parece-banco.html>> Acesso em: 05 jul. 2013.

LUCRO DOS BANCOS NÓS ÚLTIMOS 10 ANOS:
<<http://ww.advivo.com.br/blog/eduardo-diniz/o-lucro-dos-bancos-nos-ultimos-dez-anos>> Acesso em: 06 nov. 2012.

NOTAS TÉCNICAS DO BANCO CENTRAL, NUMERO 11, novembro de 2011 pág 13 a 20.