



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
MARKETING

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL
<ITAÚ>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

DEZEMBRO, 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
MARKETING

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

<ITAU>

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a RENATA ELIZABETH
DE ALENCAR MARCONDES

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO – PROF^a RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

Lara Cristina da Silva, RA 1012018200166
José Amauri da Silveira Yanaguya RA 18000014
Renata Ruy Alves RA 1012018200424

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

DEZEMBRO, 2019

SUMÁRIO

| | |
|---|---|
| 1. INTRODUÇÃO | 3 |
| 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA | 4 |
| 3. PROJETO INTEGRADO | 5 |
| 3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA | 5 |
| 3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB) | 5 |
| 3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO | 6 |
| 3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO | 6 |
| 3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL | 6 |
| 3.2.2 O MERCADO EXTERNO..... | 7 |
| 4. CONCLUSÃO | 8 |
| REFERÊNCIAS | 8 |
| ANEXOS | 9 |

1. INTRODUÇÃO

Itaú quer dizer pedra preta, em tupi-guarani. O propósito da nossa marca é promover mudanças positivas na vida das pessoas e da sociedade. Nossa responsabilidade com o desenvolvimento do país está na nossa essência. O logo (anexo 1) Chamado carinhosamente de bolacha, ele foi criado em 1973, por Francesc Petit, da agência DPZ. O Itaú ganhou as cores azul e amarela em 1992. Antes disso, nosso logo era preto e tinha o nome Itaú escrito em branco e letras maiúsculas.

O banco conta com Cerca de 5 mil agências no Brasil e no exterior. 26.000 caixas eletrônicos e pontos de atendimento com atuação em 21 países.

Em 2017, o Itaú Unibanco teve R\$ 24,9 bilhões de lucro líquido recorrente e gerou um valor de R\$ 67,2 bilhões para a sociedade.

São feitos R\$279mm de investimentos na Educação onde abrange 559 projetos, R\$ 17mm em 28 projetos na área do Esporte,R\$157 mm em 323 projetos da área da Cultura, R\$64mm em 45 projetos na mobilidade urbana.

O banco conta com serviços diferenciados para pessoa física e jurídica onde abrange mais de 20 serviços diferenciados disponíveis.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O Itaú Unibanco Holding S.A.Cnpj 60.701.190/0001 tem início em 27 de setembro de 1924, um armazém em Poços de Caldas (MG), famoso na região pela cordialidade de seu atendimento, recebia autorização do governo federal para funcionar como seção bancária. Significava, na prática, que aquele estabelecimento passaria a representar oficialmente grandes bancos particulares e o Banco do Brasil na cidade, destino muito procurado pelas elites na época. O armazém chamava-se Casa Moreira Salles e era o embrião do que mais tarde se tornaria o Unibanco.

A trajetória da instituição financeira e de seu par, o Itaú, a quem se uniu em 2008, conta partes relevantes da história brasileira e dela fizeram parte grandes personalidades do empresariado nacional.

O caso do Unibanco, a empresa começa com o mineiro João Moreira Salles, avô de Pedro, atual presidente do conselho de administração do Itaú Unibanco. É ele quem comanda o armazém e, mais tarde, o Banco Moreira Salles, criado a partir da fusão com outras duas instituições bancárias em 1940.

A história do Itaú tem início em São Paulo, por iniciativa de Alfredo Egydio de Souza Aranha, que funda o Banco Central de Crédito em 1945. O nome Itaú só seria incorporado mais de 20 anos depois, com a aquisição do banco mineiro de mesmo nome.

João e Alfredo tiveram um papel fundamental na história de suas empresas. Mas a segunda geração não deixou a desejar em termos de empreendedorismo. De um lado, Walther Moreira Salles. Do outro, Olavo Setubal (anexo 2).

Cada um dos bancos cresceu na segunda metade do século 20 conquistando novos clientes, mas principalmente através de fusões e aquisições.

Apesar das dificuldades que o sistema bancário enfrentou em meados da década de 1990, o momento trouxe algumas consequências positivas, como a consolidação e a solidificação do mercado, segundo Lisboa. Além disso, fortaleceu o sistema regulatório.

O Itaú era conhecido como o banco dos engenheiros e dos processos. O Unibanco era dos economistas e se destacava por seu foco nos clientes e maior flexibilidade. Mas

isso não foi impedimento para a fusão em 2008. Pelo contrário.

Nos anos 2000, os dois bancos estavam convergindo. O Unibanco querendo mais processos e controles sem perder as vantagens da flexibilidade e o Itaú se movendo para ser menos rígido e flexível na gestão de pessoas. A fusão acelerou esse processo.

Avaliada em R\$ 24,5 bilhões, a marca do Itaú Unibanco foi eleita pela Interbrand a mais valiosa do país.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O PIB é o resultado de tudo o que é produzido pelo país, estado ou município, normalmente no período de um ano e essa soma é obtida pela produção de bens mais serviços e é usada a moeda corrente no país, no caso do Brasil o Real.

Podemos citar que em 2018 o PIB do Brasil foi de **R\$ 6,8 trilhões** e no último trimestre divulgado (2º trimestre de 2019), o valor foi de R\$ 1 780,3 bilhões.

É um índice agregado de atividade econômica que contempla informações dos três grandes setores da economia: agropecuária, indústria e serviços. O Itaú piorou nesta segunda-feira (13) a projeção para o Produto Interno Bruto (PIB) deste ano. O crescimento previsto agora é de apenas 1% - antes, o banco estimava alta de 1,3%. O número esperado agora para 2019 é mais fraco do que o avanço de 1,1% registrado pelo país no ano passado.

No primeiro trimestre, o Itaú estima que a economia brasileira tenha recuado 0,2%. Antes, a previsão era de queda de 0,1%.

"A principal contribuição para isso foi a produção industrial, que recuou 1,3% ante fevereiro (com ajuste sazonal)", informou o banco em relatório assinado pelo economista-chefe do Itaú, Mario Mesquita. "Ademais, a confiança do empresário não se recuperou em abril, após forte queda em março, e a criação de empregos medida pelo Caged está desacelerando."

O Itaú também reduziu a previsão de crescimento do ano que vem de 2,5% para 2%.

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Em 2017, o ITAU gerou lucro líquido recorrente de R\$23,9 bilhões, um aumento de 2,6% em relação ao ano anterior. Nossa carteira de crédito atingiu R\$563,9 bilhões ao final de dezembro de 2017, representando aumento de 0,5% em comparação a 2016. Observamos aumento na demanda por originação e crescimento de algumas carteiras específicas, como veículos, que registrou no quarto trimestre de 2017 o primeiro aumento desde que adotamos a estratégia de focar em carteiras com menor risco em 2012.

Ainda em 2017, revelamos para nossos colaboradores o propósito do Itaú Unibanco, destacando os valores que fazem parte da nossa essência e que nos trouxeram até aqui.

Nestes 93 anos de história, alcançamos o posto de maior banco do país, a marca mais valiosa do Brasil, entre outros importantes reconhecimentos. Essas conquistas são fruto da forma como conduzimos os negócios, sempre colocando a ética à frente dos resultados, buscando constantemente a inovação e a excelência.

Crescemos ajudando as pessoas e o país a crescer, incentivando o crescimento de quem está ao nosso redor. Trabalhamos para mover sonhos, impulsionar o desenvolvimento, despertar a vontade de fazer cada vez mais e melhor. Esse é o sentido da nossa trajetória e este é o nosso propósito: estimular o poder de transformação das pessoas.

Por trás de tudo o que fazemos existem pessoas. São as pessoas que têm ideias, que viram soluções, que mudam a vida de outras pessoas. Revelar o propósito do Itaú

Unibanco faz parte da reafirmação da nossa razão de existir, ampliando o poder que cada pessoa tem de inventar e se reinventar. Para isso, é necessário engajar todos os colaboradores nessa mesma direção.

Em linha com este objetivo, a chegada do novo presidente do Itaú Unibanco foi marcada pela incorporação do propósito na organização, que originou a definição das seis prioridades estratégicas que nortearão nossas ações nos próximos anos: Centralidade no Cliente, Transformação Digital, Gestão de Pessoas, Gestão de Riscos, Rentabilidade Sustentável e Internacionalização.

Essas prioridades foram definidas a partir da percepção compartilhada do comitê executivo sobre as tendências do mercado e os desafios da instituição e organizam iniciativas que já estavam em andamento por todo o banco, reforçando nosso compromisso com os colaboradores, os clientes, os acionistas e a sociedade.

O propósito do Itaú Unibanco não nasceu em 2017, ele sempre existiu dentro de todas as pessoas que fizeram parte dessa organização e de quem agora dá continuidade a esse legado. Somos gente que move gente.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

O Banco Itaú atua no Brasil há mais de 90 anos. Ao longo destes anos vem conquistando cada dia mais clientes e a partir daí, percebeu a necessidade de conquistar o mercado externo. Uma das estratégias utilizadas por eles foi a expansão pela América Latina. Hoje pouco mais de 10% dos resultados da empresa são gerados fora do Brasil.

O Itaú levou para os países da América-Latina o padrão de gestão brasileiro. “Hoje, a instituição conta com operações de varejo e *private banking* em vários mercados sul-americanos, como Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai.”

A meta do Itaú para os próximos anos é alcançar a liderança na América Latina. Em 2010, o Itaú assinou uma parceria com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para a criação de uma linha de

crédito com o objetivo de fomentar as exportações brasileiras para os países do Mercosul.

Ainda em 2010, o Itaú lançou o Itaú Personalité na Argentina e fechou uma parceria com a TAM. Na Argentina, o Itaú tem mais de 80 agências e os principais produtos oferecidos são a poupança, empréstimo pessoal e o cartão de crédito.

No Chile há um total de 75 agências do Itaú. Segundo informações encontradas no site da empresa, “a meta é crescer 50% acima da média do mercado e consolidar a liderança no segmento ABC1, com 18% de participação de mercado.” Um diferencial do país foi o lançamento do crédito universitário. O Itaú Chile transformou-se em Itaú Corpbanca em 2017.

O Itaú também atua no Uruguai, Paraguai e Peru. De 2010 para 2011, as operações de crédito cresceram 28,5% no Mercosul.

Além da América Latina, o Itaú atua também em países norte americanos e europeus. Na Europa, o foco são atividades internacionais de corporate banking, mercado de capitais e private banking.

4. CONCLUSÃO

Planejar, elaborar e executar este trabalho foi de grande aprendizado para nossa futura profissão e vida pessoal. Poder entender na prática como uma empresa de grande porte, como o Itaú, se coloca diante do mercado nacional e internacional abriu nossa mente com relação ao mundo administrativo e econômico.

Escolhemos o Itaú para podermos ver como uma empresa que atende milhares de pessoas todos os dias para falar sobre dinheiro, débitos e investimentos aplica as leis da administração e da economia. Além disso, pudemos ver ao longo deste semestre como as gestões são fundamentais para o desenvolvimento e crescimento de uma empresa.

Acredito que não somente nosso grupo, mas todos os outros, estão satisfeitos com o aprendizado ao longo do desenvolvimento do PI.

REFERÊNCIAS

ARQUIVOS. ITAÚ.

<https://www.itau.com.br/_arquivosstaticos/RI/pdf/pt/Itau_RAC_2017_port.pdf#page=43> Acessado em 25 de novembro de 2019, às 19h56

DESEMPENHO ECONÔMICO. ITAÚ. <<https://www.itau.com.br/relatorio-anual/desempenho/desempenho-economico-e-financeiro/>>. Acessado em 20 de novembro de 2019 às 15h.

ECONOMIA. G1. <<https://www.itau.com.br>> Acessado em 23 de novembro de 2019.

ÉPOCA NEGOCIOS. <<https://epocanegocios.globo.com>> Acessado em 21 de novembro de 2019.

ISTO É. <<https://www.istoedinheiro.com.br/itau-unibanco-mantem-projecao-de-pib-de-1-este-ano-e-de-22-em-2020/>> Acessado em 15 de novembro de 2019.

ITAÚ. <<https://www.itau.com.br>> Acessado em 10 de novembro de 2019.

JUS BRASIL. <<https://www.jusbrasil.com.br>> Acessado em 23 de novembro de 2019.

RELATÓRIO SUSTENTABILIDADE. ITAÚ

<<http://www.itauunibanco.com.br/relatoriodesustentabilidade/ra/25.htm>>. Acessado em 25 de novembro de 2019, às 19h47

RELATÓRIO ANUAL. ITAÚ. <<https://www.itau.com.br/relatorio-anual/perfil/nossos-negocios-internacionais/>> Acessado em 25 de novembro de 2019, às 20h.

ANEXOS

Anexo 1:



Anexo 2:



WALTHER MOREIRA SALLES E OLAVO SETUBAL