

CADEIA DE SUPRIMENTOS SUSTENTÁVEL, UM DIFERENCIAL NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS BANCÁRIOS

SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN, A DIFFERENTIAL IN BANK SERVICES

Thalita Sayuri Nakazawa¹; Joaquim Fernandes Filho²; Heber de Godoi Carvalho³; André
Guilherme Rodovalho Silva⁴; Nellis Oliveira Santos⁵; João André Tavares Fernandes⁶

Resumo

A pesquisa tem como objetivo estudar e analisar o diferencial na cadeia de suprimentos sustentáveis no setor de serviços bancários, bem como inovações e diretrizes para a melhoria contínua da conscientização perante sociedade, gestão interna e avaliação dos impactos diante do fluxo de informações e materiais envolvidos.

O processo reverso ambiental inserido nos produtos da instituição financeira Itaú Unibanco atuante há 90 anos no mercado será o campo primordial para o estudo da evolução e importância no comportamento cotidiano e, inseridos de maneira correta, no crescimento organizacional.

As práticas ambientais adotadas revelam a tecnologia e diferenciação econômica em que, baseados no monitoramento de riscos e ameaças, permitem o maior controle na tomada de decisões. Diante dos fatores potenciais reconhecidos nos parâmetros sustentáveis recentemente divulgados, a empresa também dispõe de recursos competentes a inclusão de projetos como mobilidade urbana, eco eficiência e relacionamento aos processos internos de atacado, varejo, crédito e novos investimentos.

Palavras Chave: Sustentabilidade. Itaú Unibanco. Serviços. Desenvolvimento.

1 Graduada em Logística pela Universidade de Mogi das Cruzes (UMC)

2 Graduado em Administração de Empresas e Arquitetura & Urbanismo pela Universidade Braz Cubas de Mogi das Cruzes-SP. Mestre em Administração: Organização e Recursos Humanos e Doutor em Ciências Sociais: Dinâmicas Urbano-regionais e Políticas Públicas pela PUC-SP. Docente na Universidade de Mogi das Cruzes – UMC. E-mail: joaquim.fernandes.filho@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4067-2234>. Endereço Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6115294884884938>

3 Mestre em Políticas Sociais pela Universidade Cruzeiro do Sul, Especialista em Supply Chain Management, pela Universidade Cruzeiro do Sul, Graduado em Logística com Ênfase em Transportes pela Faculdade de Tecnologia da Zona Leste. Docente na Universidade Cruzeiro do Sul no MBA em Supply Chain e na Universidade de Mogi das Cruzes E-mail: heber@umc.br. Link Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1185-8761>. Endereço Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1318796488015249>

4 Bacharel em Administração pela Faculdade de Ciências Econômicas de SP, mestrado em Administração pela Faculdade de Ciências Econômicas de SP. Docente da Universidade de Mogi das Cruzes. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7047219998429803>. E-mail: andre_guilherme@hotmail.com

5 Graduado em Logística. Pós-graduado Lato Sensu em: MBA em Controladoria; MBA em Gestão de Negócios; MBA em Marketing e Vendas e Pós-graduado Stricto Sensu em Políticas Públicas. Coordenador dos Cursos Superiores de Tecnologia em Marketing, RH e Logística e dos Cursos de Pós Graduação da Universidade de Mogi das Cruzes. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6765499713841314>. Email: nellissantos@umc.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9757-2264>

6 Mestre em Educação - Universidade Cidade de São Paulo. Bacharel em Administração de Empresas - Centro Universitário do Norte Paulista. Especialização em Gestão Estratégica de Negócios - Instituto Nacional de Pós Graduação, em Docência no Cenário do Ensino para Compreensão - Universidade Cidade de São Paulo em Docência no Ensino Superior - Universidade Cidade de São Paulo. Coordenador dos cursos de Administração e Relações Internacionais da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7513564683508010>. E-mail: joaofernandes@umc.br Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2105-9875>

Abstract

The research aims to study and analyze the differential in the sustainable supply chain in the banking sector, as well as innovations and guidelines for the continuous improvement of awareness of society, internal management and evaluation of the impacts in the flow of information and materials involved. The environmental reverse process included in the products of the Itaú Unibanco financial institution that has been active in the market for 90 years will be the primary field for the study of evolution and importance in everyday behavior and, correctly inserted, in organizational growth. The environmental practices adopted reveal the technology and economic differentiation in which, based on the monitoring of risks and threats, allow the greater control in the decision making. Faced with the potential factors recognized in the recently announced sustainable parameters, the company also has competent resources to include projects such as urban mobility, eco efficiency and relationship to the internal processes of wholesale, retail, credit and new investments.

Keywords: Sustainability. Itaú Unibanco. Services. Development.

Introdução

A preocupação mantida para garantir a sustentação da organização no novo modelo social se tornou peça chave para promover estratégias e lucratividade sem interferência em impactos negativos ao meio ambiente.

Diferencialmente de processos logísticos tradicionais, o estudo promove como objetivo a relação entre a cadeia de suprimentos sustentável e serviços bancários, onde, por sua vez, modificou os olhares perante o cenário competitivo de mercado.

Para as empresas que optaram por integrar o sistema ecológico de processos, a princípio mantêm desenvolvimento, maior qualidade e oportunidades de crescimento ao longo da cadeia produtiva. A sociedade, como propósito, está ligada ao cumprimento das necessidades sem, ou quase imperceptível degradação do meio ambiente.

A metodologia utilizada é baseada em pesquisas bibliográficas e estudos relacionados ao tema de Logística Reversa vistos dentro e fora da organização, cuja inovação e competitividade aprimoram os processos de desenvolvimento sem a degradação ambiental. Para o aprimoramento da dissertação acadêmica, foram utilizadas fontes literárias e artigos científicos de internet, dando ênfase ao setor de Serviços que qualificassem a veracidade dos temas abordados.

Ao longo dos anos, a cadeia de suprimentos se tornou de grande importância às estratégias da empresa nos processos de gerenciamento do fluxo de materiais e viabilização da rápida transformação junto aos estágios produtivos, garantindo a satisfação do cliente.

Com a chegada da logística reversa, o relacionamento entre empresa e consumidor ampliou a recente preocupação com o meio ambiente, modificando as

atividades na elaboração de processos contrários ao reaproveitamento de materiais descartados no pós-venda (baixo/ inexistente uso) ou pós-consumo (fim da vida útil).

As necessidades encontradas modificaram os fatores internos organizacionais pela complexidade dos processos envolvendo restrições à responsabilidade empresarial, criação de legislações ambientais e estratégias de competitividade por imagem corporativa. Assim como a introdução do marketing verde, possibilitando a sustentabilidade da orientação e organização reversa ao reuso dos produtos com consciência.

Para compor os interesses empresariais e concretização da análise relativa aos diferenciais de crescimento corporativo, surge o ideal relacionamento consumidor – serviço. Esse último, por sua vez, possui atributos como intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade, tratados de forma complementar aos resultados de elementos tangíveis.

As práticas legais adotadas ao comportamento das empresas formaram diferenciais para compreender possíveis fatores dos impactos ambientais e assim regulamentar sob aspecto governamental o controle efetivo dos incentivos e mudanças decorrentes da evolução do comportamento da sociedade e descarte de materiais.

Método

Para o desenvolvimento e possível finalização da pesquisa relacionada à sustentabilidade no âmbito do terceiro setor (serviços) foram utilizadas as metodologias compostas em livros e artigos científicos, onde relacionadas dirigiram-se às mudanças necessárias e análises dos mais diversos dados contidos.

De acordo com Barros e Lehfeld (2007), o levantamento de palavras-chaves inseridas no contexto problemático e hipotético estruturado ao longo do processo de desenvolvimento do trabalho identificará a real necessidade da estruturação de estudos envolvidos.

A pesquisa aplicada envolve na busca a movimentação dos resultados e promoção de ações relacionadas ao propósito de solucionar práticas adotadas utilizando de maneira abrangente dados secundários na composição da metodologia

aplicada e assim, moldar independentemente o raciocínio adotado a resolução do estudo de caso.

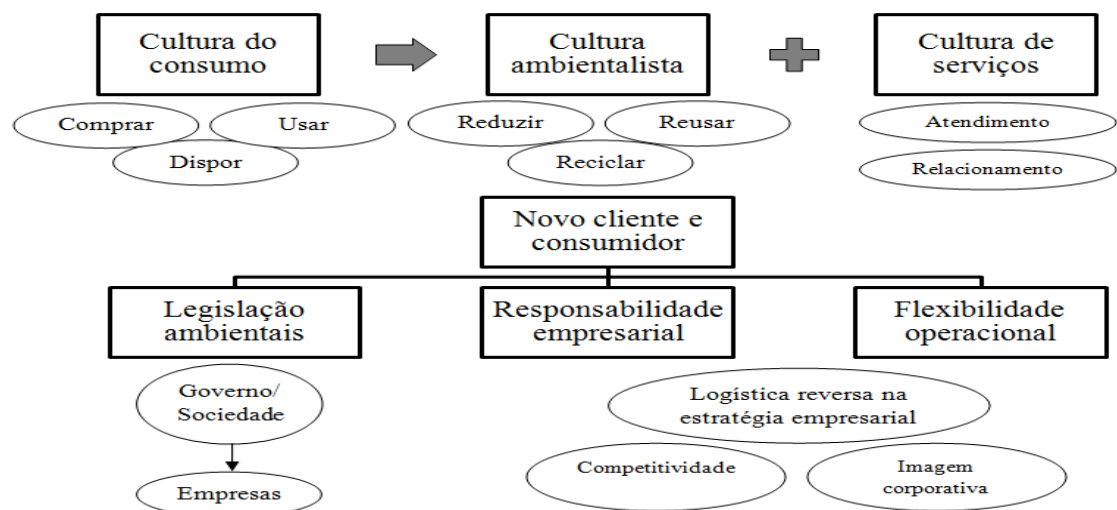
Logística reversa e meio ambiente

Visando reduzir o impacto negativo na cadeia de suprimentos, as atividades realizadas nas áreas produtivas da empresa direcionaram a eficiência quanto às práticas adotadas para a utilização da terminologia da logística verde e, assim, minimizaram custos agregados valorizando a preocupação diante dos olhos institucionais e consumidores externos.

De acordo com Leite (2009), o aumento gradativo das evidentes informações sobre as consequências dos impactos ecológicos mobilizou recursos integrados para a suscetível mudança empresarial quanto aos processos internos e a relevante visão da sociedade na melhoria pela qualidade de vida e conservação dos valores ambientais.

Leite (2009) descreve que a cultura adotada pelos padrões sociais modificou o mercado e suas necessidades de consumo convenientes do individualismo de “compre – use – disponha” para a denominação do ciclo “reduza – reuse – recicle”. Essas novas práticas possibilitaram o efetivo relacionamento e responsabilidade socioambiental de maneira a ingressar a organizada e rigorosa legislação favorecendo diretamente as questões abordadas à conscientização nas operações.

Figura 3. Mudança na Cultura de Consumo e suas Consequências



FONTE: (Leite, 2009, p.118)

Segundo Leite (2009), a velocidade de acordo com a chegada de informações aproximou as investidas ações empresariais para manter a competitividade empresarial e ética corporativa vinda do posicionamento ecológico e, desse ponto em diante, possível mudança para recolocar processos menos degradantes ao ambiente.

O Conselho de Gerência Logística – CLM (1993) tornou perceptíveis três principais atitudes pela busca ao comprometimento empresarial cuja apresentação se destaca em: atitude relativa, proativa e de busca de valor.

Na fase relativa (CLM, 1993), o objetivo principal prevê o cumprimento da legislação pela busca econômica da utilização mínima dos recursos e da não formalidade presente na organização. Como também, nas atividades pré-estabelecidas, a reciclagem de papéis e plásticos.

A atitude proativa (CLM, 1993) antecipa a legislação e se mantém por vantagens competitivas pela eficiência nos procedimentos adotados com o manuseio de recursos moderados e sobressai com atividades de auditoria ambiental, reuso e reciclagens de materiais em parcerias com programas de distribuição reversa, serviços verdes, etc. O compromisso da empresa estabelece alto nível de comunicação com outros níveis e baixa amplitude de novas sugestões.

Dessa maneira, empresas nessa fase de desenvolvimento organizacional elaboram suas estratégias tendo uma visão hostilica do novo ambiente empresarial, obtendo retornos em reduções de custos operacionais, ganho de competitividade e reforço de imagem corporativa. (LEITE, 2009, p. 124).

Relatado na CLM (1993), características marcantes na atuação dos processos com recursos em grande escala diferenciado pelo comprometimento com o meio ambiente, se destacam as empresas em fase de busca de valor. Operações de redução de impactos ambientais integram como parte importante nas atividades estratégicas e, muito além, a capacidade de agregar valores produtivos, análise do ciclo de vida e a visualização minuciosa dos impactos no ambiente, o elevado grau de satisfação, incentivando os colaboradores internos a progredir quanto à capacidade de novas ideias.

No contexto utilizado por Leite (2009), as empresas só terão o ciclo do sucesso concluído se houver, em sua totalidade, a introdução de ideias do marketing verde que qualifiquem a sustentabilidade vinda internamente da empresa ou por intervenção governamental.

Baseadas em estratégias dos 4 R corporativos, define-se o reconsumo (reutilização do produto por ideias de desenvolvimento sustentável), redirecionamento das necessidades dos consumidores (pesquisa de consumo e novos comportamentos), reorientação do mix de produtos (oportunidades de redução de impactos ambientais) e reorganização (técnicas de conscientização na mudança de paradigma empresarial). (LEITE, 2009)

Setor de serviços.

A definição perante análise feita por Cobra (1992) descreve que a compatibilidade entre produtos e serviços está alinhada ao cumprimento das necessidades dos consumidores, viabilizando os interesses comuns e a relação das estratégias e possibilidades de melhoria contínua empresarial.

“... serviço na sua essência é aquela ação, desempenho que se transfere. ”
(LAS CASAS, 2006, p. 18)

Para Lovelock (2011), é valorizado por meio social o pagamento cuja experiência seja o diferencial para a análise crítica do serviço prestado. Muitas vezes, a melhor opção para a autossatisfação/ realização é devido á alta taxa de interesse e/ ou comodidade pela procura.

Das características essenciais, Cobra (1992) define:

- Intangibilidade: serviços não podem ser provados, apalpados, antes da realização da compra, ao contrário dos produtos tangíveis;
- Inseparabilidade: fabricação e consumo simultâneos;
- Variabilidade: dependente de quem solicita, quando e onde será realizado;
- Perecibilidade: serviços não podem ser estocados.

O serviço, através dos seus atributos, possibilita estabelecer uma relação com o marketing específico, tratando, por sua vez, do grau em que se está inserido. Las Casas (2006) também observou o correspondente fator que resulta nas ações complementares aos elementos tangíveis.

A mensuração, qualidade e critérios avaliativos feitos pelos consumidores dimensionam adaptações e controles resultantes do funcionamento qualitativo dos

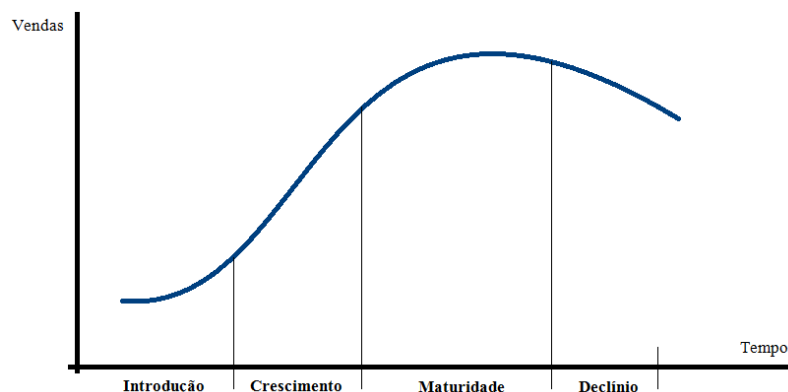
serviços de pré ou pós-venda que, trabalhados de forma eficaz e eficiente, possibilita a satisfação do mesmo. COBRA (1992)

Leite (2009) identifica como estratégia corporativa, o posicionamento das organizações de acordo com a prestação de serviços, modificando as perspectivas tradicionais utilizadas para agregarem valor ao retorno de bens e, portanto, com novo viés da preocupação social, cujo complemento seja feito pelo entendimento do redirecionamento do contexto ambiental.

Diferencial competitivo

Para expansão e desenvolvimento de um produto/ serviço, Cobra (1992) pôde descrever fases que definem ações estratégicas adotadas às aquisição de novas oportunidades, prolongando o ciclo de vida empresarial.

Figura 4. Ciclo de Vida do Produto.



SFonte: (COBRA, 1992)

- **Introdução:** desenvolvimento do produto caracteriza-se por baixa concorrência, adotam a política de preço alto (para cobrir custos iniciais) ou preço de penetração no mercado (rápida participação), baixa lucratividade;
- **Crescimento:** demanda crescente, repetição da compra devido ao bom estímulo inicial, aumento da concorrência, lucro aumenta e preço cai;
- **Maturidade:** estabilidade de consumidores e demanda, preços caem na tentativa de se manter no mercado;

- Declínio: alteração na preferência, entrada de novos produtos no mercado, preço baixo estável, surgimento de novas oportunidades de investimento. (COBRA, 1992)

Segundo Las Casas (2006), com a obtenção visualizada constantemente no ciclo de vida produtivo, foi possível manter a empresa estrategicamente preparada para a substituição e/ ou entrada de novos produtos/ serviços no mercado, tendo como diferencial um maior retorno ou expectativa de crescimento.

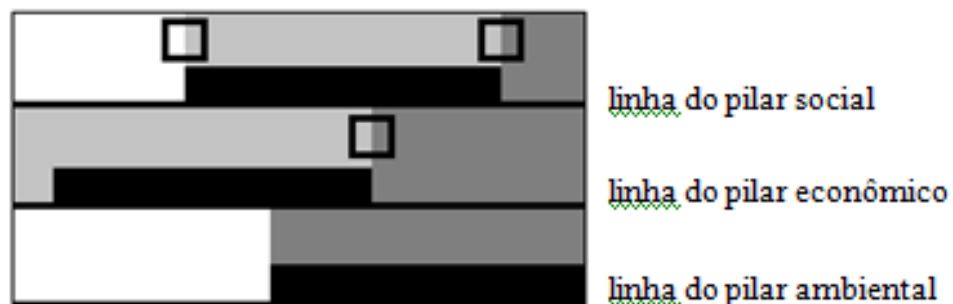
Tripé da sustentabilidade – triple bottom line

O conceito aplicado por Albuquerque (2009) apresenta barreiras cuja dimensão sustentável é verificada diretamente pelo impacto tecnológico e das mudanças e efeitos sociais organizados perante utilização de recursos naturais.

Dias (2011) compreende que a relevância das três dimensões (social, econômica e ambiental) do Tripé da Sustentabilidade deverá compor o equilíbrio atuante nas organizações e incorporar os indicadores que envolvem as práticas de medidas gerenciais do progresso.

De acordo com Elkington (2001), o enfoque na definição mantendo a integração dos pilares também conhecidos como 3Ps (People, Profit and Planet ou seja, Pessoas, Lucro e Planeta) desenvolve a dependência das atividades e determina o grande desafio para direcionar tomadas de decisões, tanto quanto trabalhadas isoladamente.

Figura 5. Correlação entre os Três Pilares da Sustentabilidade



Fonte: (Elkington, 2001, p. 77)

As explicações da imagem representam que as instabilidades dos três pilares conflitam na dependência da sociedade em valorizar a economia e, conseqüentemente, a economia ser vinculada á saúde ambiental. A movimentação solitária é capaz de gerar impactos aos alinhamentos presentes, dando ênfase as “entrelinhas” (quadrados representativos ás junção do conhecimento e métodos).

As entrelinhas criadas através do sistema dimensionam e dirigem um conjunto de métodos cuja funções estabelecidas vão de acordo com princípios adotados para a inclusão beneficiária dos padrões sustentáveis e desempenho prioritários a partir da conexão entre econômico/ social – ética empresarial, social/ ambiental – justiça ambiental e econômico/ ambiental – eco eficiência.

Aspecto econômico

A produção e consumo ligados aos conceitos que Albuquerque (2009) aborda estão relacionados perante o contexto de estabilidade das condições econômicas eficientes destacadas por melhores condições sob o impacto ambiental sem maiores danos à sociedade.

O reflexo dos investimentos realizados pela gestão econômica da empresa revela na tradicional forma de produção de bens e serviços, ganho na competitividade e lucros desafiadores do novo modelo sustentável implantado. (ALBUQUERQUE, 2009)

[...]. É fácil afirmar o caso sob o prisma negativo. Será cada vez mais difícil para as empresas fazerem negócio, tendo em vista o empobrecimento dos clientes, a degradação do meio ambiente, a falência de sistemas políticos e a dissolução de sociedade [...] O lado positivo é ainda mais poderoso. Quanto mais aprendemos sobre os desafios da sustentabilidade, mais claro ficará que estamos no limite de um momento histórico no qual várias indústrias deverão ser transformadas. (ELKINGTON, 2001, p. 75)

Para Elkington (2001) o questionamento dos novos olhares aos processos da história empresarial deve-se ao fator preocupante modificador que poderosamente, direcionará para as transformações necessárias à sustentabilidade.

Aspecto social

As oportunidades e relacionamentos vistos pelos parâmetros sociais indicam embasamentos em questões éticas, políticas e culturais capazes de potencializar importantes fatores relacionados á confiança e desenvolvimento entre o

direcionamento corporativo econômico e ambiente sustentável intencionalmente alinhado por seus valores comuns nas mudanças decorrentes às novas estratégias comerciais. (ELKINGTON, 2001)

Segundo Albuquerque (2009), o aspecto social exhibe fundamentalmente o equilíbrio na distribuição de renda para todos os habitantes, bem como a importância complementar dos outros dois sistemas (econômico e ambiental).

Dias (2011) complementa a ideia de que o conhecimento resulte em melhores condições empregativas e culturais dentro da corporação, de acordo com a administração ativa de gestores e complementação dos impactos sob a ética e direitos humanos.

Aspecto ambiental

A definição perante Albuquerque (2009) relaciona-se aos impactos econômicos e sociais sob a ótica do ecossistema e produção. A preocupante maximização das inovações acelera a degradação dos recursos, poluição e perda constante da biodiversidade enquanto, pela principal razão da sustentabilidade, o objetivo é direcionar e informatizar os limites de danos causadores prejudiciais ao consumo inadequado ambiental.

“Do ponto de vista ambiental, deve a organização pautar-se pela eficiência dos seus processos produtivos, adotar a produção mais limpa, oferecer condições para o desenvolvimento de uma cultura ambiental organizacional...” (DIAS, 2011, p. 45)

Autores como Dias (2011), viabilizam a integração equilibrada das três dimensões imprescindíveis para conservar as organizações de modo a estabilizar a sustentabilidade e não denegrir direta ou indiretamente a imagem e ações realizadas do sistema.

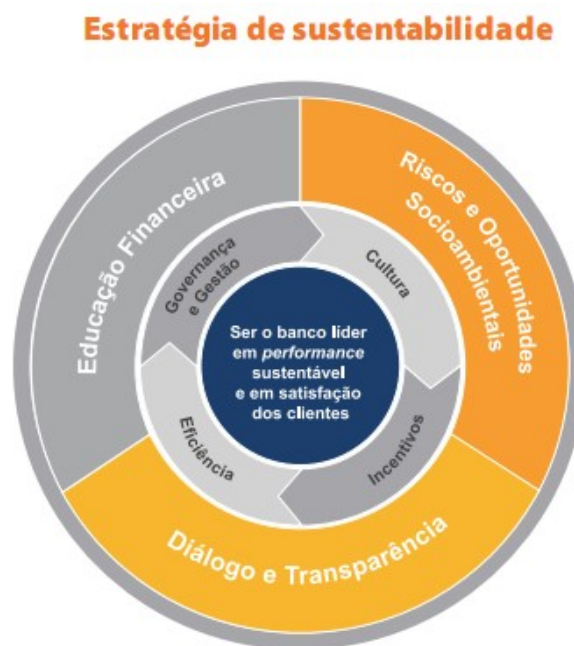
Estratégias de sustentabilidade do Itaú Unibanco

A movimentação estratégica socioambiental instalada na organização é componente disponível no Relato Integrado de 2014, determinando a identificação e o monitoramento dos riscos e, posteriormente, projetos que solucionam as ameaças

ao meio ambiente minimizando os impactos e obtendo maior controle na tomada de decisões.

Das iniciativas apresentada, a empresa proporciona e difunde frentes de apoio à governança e gestão; eficiência e incentivos; e cultura que, monitoradas corretamente, desafiam a possuírem resultados positivos ao longo do compromisso perante sociedade e ambiente interno.

Figura 7. Performance Sustentável



Fonte: (RELATO INTEGRADO ITAÚ UNIBANCO, 2014, p.9)

O desenvolvimento de novos produtos e estratégias regulamentadas aos procedimentos pertencentes à preocupação socioambiental capacitou a alta administração em integrar projetos, tendências de mercado e decisões para minimizar riscos.

Os maiores desafios apresentados no Retalo Integrado de 2014 pontuou a conscientização entre colaboradores e clientes para soluções financeiras cotidianas, avaliação de oportunidades, monitoramento de riscos (possibilitando treinamentos, workshops, palestras), transparência e estratégias evolutivas.

Atendimento ao quesito social do Itaú Unibanco

Os investimentos efetivos da Fundação Itaú Social garantem a ampla variação de serviços no âmbito educacional na sociedade. Com foco no progresso, o engajamento empresarial avalia metodologias relacionadas entre governo, sociedade civil e gestão interna construindo a cultura e valores compartilhados. Além das transformações na qualidade de ensino e aprimoramento dos educadores (desde governança à sala de aula).

O Instituto Unibanco, vinculado aos investimentos privados foi capaz de criar soluções de ampliação na realidade social e oportunidades educacionais de jovens estudantes do ensino médio. O programa Jovem de Futuro teve início em 2008, mas seu grande desenvolvimento ocorreu somente em 2012. Sua meta é chegar até 2018 com a expectativa de atender 2.500 escolas e beneficiar 2 milhões de alunos.

Dentre os programas inovadores encontrados no conceito social do Itaú, destacam-se o Instituto Itaú Cultural e a Mobilidade Urbana. Este primeiro preserva a história brasileira e traz a mudança da arte nacional, inspirando criatividade e sensibilidade ao mundo externo. O projeto conta com o Auditório Ibirapuera Oscar Niemeyer (exposições e eventos), Enciclopédias Virtuais, Web App Cultura na Rede (disponibilizando pontos turísticos e dicas nas cidades que recepcionaram os jogos da Copa do Mundo), entre outros. Já a Mobilidade Urbana gera efeitos positivos diretos ao socioambiental, promovendo o transporte de bicicleta como meio alternativo para reduzir o tráfego e emissões de gases em diferentes estados e capitais. O aluguel de bicicletas, infraestrutura urbana e aumento na conscientização são pontos determinantes implantados ao longo dos anos.

Atendimento ao quesito econômico do Itaú Unibanco

O terceiro setor ampliado ao Relato Consolidado de 2014 determina ligação direta com o potencial das modificações presentes na economia envolvida nos riscos/ oportunidades organizacionais, diálogo/ transparência e educação financeira, diante de clientes e stakeholders. As iniciativas de avanço na governança promovem o remanejamento e a troca de conhecimento aos serviços oferecidos facilitando na prestação de contas pela integração de informações e relação saudável com o dinheiro.

As linhas de negócios sob a ótica dos bancos de Atacado apresentam projetos junto à aplicação dos Princípios do Equador que possibilitam avaliação dos impactos gerados às interferências sociais ao meio ambiente e biodiversidade. O acompanhamento das operações é devidamente monitorado para a melhoria socioambiental na contratação ou aperfeiçoamento de créditos de grande, médio ou pequeno risco e, para que ocorra valorização do serviço, profissionais passam por atualização e treinamentos específicos quanto aos temas abordados e situações operacionais.

Na rede varejista, o destaque transparece o Projeto Visão de Sucesso que desenvolve produtos a partir da população de baixa renda. Há cerca de três anos até a presente data do Relato Consolidado emitido em 2014, houve capacitação direta em 101 negócios de impacto para micro e pequenas empresas com práticas ativas socioambientais. Houve também o Programa ABC (Agricultura de Baixo Carbono) com parceria do BNDES para reduzir consideravelmente a emissão de gases de efeito estufa por intermédio de ampliação florestal e recuperação de áreas degradadas e o Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar, financiando benefícios à industrialização agrícola.

O Itaú Microcrédito é apresentado aos microempreendedores em vista do ingresso ao Programa Nacional de Microcrédito Produtivo e Orientado em diferenciar na gestão básica para o desenvolvimento do produto ou serviço financeiro administrativo e operacional.

Existem em predominância aos serviços sustentáveis bancários o Princípio para Sustentabilidade em Seguros capaz de criar impulsos à exposição de riscos socioambientais e educação informativa relacionada à melhor proteção a esse universo. O manifesto social conta com a ajuda virtual projetada para solucionar as maiores dúvidas e melhores condições na contratação do serviço.

Além dos negócios já em andamento, o Itaú promove a auditoria interna periódica impulsionando a evidente metodologia do banco às práticas para composição de ações e riscos encontrados.

Atendimento ao quesito ambiental do Itaú Unibanco

Trabalhada de forma ampla, a sustentabilidade empresarial do banco Itaú direciona a corporação e seus respectivos mecanismos para o desenvolvimento no

eco eficiência. Partilhando do correto uso da água, energia, emissões de gases do efeito estufa e recursos dos materiais.

As iniciativas apresentadas no Relato Integrado de 2014 consideram o reuso da água, recursos operacionais dos prédios administrativos reduzidos pelo uso da energia, controle/ conscientização do uso do transporte (opção por conferências tele presenciais) e descarte sustentável de resíduos nos centros operacionais.

Outro aspecto para o novo modelo de gestão aplicado e complementar ao Relato Consolidado de 2014 foi o Programa Eco mudança que tem por objetivo à iniciativa da eficiência sustentável perante a renovação e aprimoramento da mobilidade urbana e energia renovável.

O importante conceito dos Princípios para o Investimento Responsável atua nas estratégias e tomadas de decisões conscientes. Também sendo responsável pelos fundos e custos no processo de desenvolvimento organizacional focados nos projetos sociais. O modelo integrado da governança corporativa reflete nos investimentos de gestores que necessitam do rápido método para o aperfeiçoamento dos instrumentos transparentes e benéficos à saúde sustentável.

Ao final dos estímulos de conscientizar a empresa como um todo à direção sustentável, observa-se a Política de Risco atuante no método para transformar a inviabilidade da concessão do serviço em possibilidade para potencializar consumidores nas normas mais adequadas à ética administrativa e práticas ambientais.

Considerações finais

A cadeia de suprimentos flexibiliza a organização tornando-o importantes ao comando dos recursos e funcionalidade dos procedimentos envolvidos. Estudos comundo a logística reversa possibilitam o desvio linear para o equilíbrio em ciclo unindo conceitos e estratégias inovadoras que tendem ao melhor comportamento diante da concorrência e práticas motivacionais internas.

Em paralelo aos interesses socioambientais, o crescimento no setor terciário sinaliza devasta importância imediata a logística reversa desenvolvendo seu papel na visão ampla e responsabilidade quanto á vida útil de um determinado produto e cuidados expressos na elaboração de um serviço prestado, bem como o seu acompanhamento pós-venda ou pós-consumo.

O aumento significativo de procedimentos e conscientização perante o meio ambiente resulta em legislações e projetos que viabilizam diretrizes para análises empresariais decorrentes da integração socioeconômica e eficiência mercadológica.

A verificação do tripé sustentável trabalha sob categorias estáveis que impactam aos resultados eficientes ao modelo institucional evidenciando a redução de danos econômicos internos, aumento da confiabilidade social através da informação e direcionamento eco eficiente produtivo.

Oportunidades de crescimento e constante movimentação no âmbito organizacional interno e externo revelam riscos e oportunidades que devem ser trabalhados de maneira congruentes aos requisitos satisfatórios a gestão e do consumidor.

As possibilidades encontradas na instituição financeira Itaú Unibanco estudada em caso particular ao trabalho apresentado contribuem para a ampliação do tratamento que melhor define o modelo de serviço sustentável. Já em prática, a empresa amplia suas estratégias visando o diálogo e transparência a governança, cultura e educação, saúde financeira e qualidade de vida.

Com implantações dos serviços em agências, postos de atendimento, caixas eletrônicos e no modelo de internet banking, o Itaú ganha espaço para exercer funcionalidades ambientais. Alguns dos projetos que mais se trabalha ao interno são: varejo, atacado, investimentos e seguros; e das vias externas: mobilidade urbana, promoção a cultura, eco eficiência e eco mudança.

Existem ainda, as metas e desafios para melhor atendimento e atuação organizacional no mercado que, por sua vez, buscam a apropriada capacidade de projetos fortemente tecnológicos para a prevenção do meio ambiente, monitoramento de riscos á táticas globais, ampliação de assuntos sociais, entre outros programas que facilitarão o reconhecimento dos pontos a serem trabalhados pela competitiva área administrativa/ comercial.

Da existência do problema apresentado após a finalização da pesquisa realizada, é pertinente o aspecto fundamental perante a conferência dos três pilares da sustentabilidade e sentido dúbio a efetivação dos resultados apresentados diante do equilíbrio ou o cumprimento lateral ao foco de apenas um dos requisitos, o que, estrategicamente for a melhor opção para a empresa.

Referências

ALBUQUERQUE, José de Lima. **Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações.** São Paulo: Atlas, 2009.

ALVES, A. P. F.; NASCIMENTO, L. F. M. dos. **Green Supply Chain: Protagonista ou Coadjuvante no Brasil?** Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci//_arttext&pid=S0034-75902014000500510&lng=pt&nrm=iso&tlng=en. Acesso em: 12/01/2015.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica.** 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BARTHOLOMEU, D. B.; CAIXETA-FILHO, J. V. **Logística ambiental de resíduos sólidos.** São Paulo: Atlas, 2011.

CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operação.** São Paulo: Prentice Hall, 2003.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: estratégias para a redução de custos e melhoria dos serviços.** São Paulo: Pioneira, 1997.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos.** São Paulo: Cengage Learning, 2011.

COBRA, M. **Administração de marketing.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011

ELKINGTON, John. **Canibais com garfo e faca.** São Paulo: Makron Books, 2001.

RAZZOLINI FILHO, E.; BERTÉ, R. **O reverso da logística e as questões ambientais no Brasil** [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaberes, 2013. Disponível em: <http://umc.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788582126837/pages/5>. Acesso em: 23/03/2015.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de serviços.** São Paulo: Atlas, 2006.

LEITE, P. R. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

LOVELOCK, Christopher. **Marketing de serviços: pessoal, tecnologia e estratégia.** 7. ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2011.

PEDROSA, A. de S. **A logística reversa como uma ferramenta gerencial: um novo diferencial competitivo para as organizações.** Disponível em:

<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/view/279/228>. Acesso em: 15/04/2015.

Relatório anual consolidado Itaú Unibanco 2014. Disponível em: https://www.italu.com.br/_arquivosstaticos/RI/pdf/2014RAO_port.pdf. Acesso em: 08/08/2015

RELATO INTEGRADO ITAÚ UNIBANCO 2014. Disponível em: https://www.italu.com.br/_arquivosstaticos/RI/pdf/pt/Relato_Integrado_2014.pdf. Acesso em: 16/09/2015.

SHIBAO, F. Y.; MOORI, R.G.; SANTOS; M. R. dos. **A logística reversa e a sustentabilidade empresarial.** Disponível em: http://web-resol.org/textos/a_logistica_reversa_e_a_sustentabilidade_empresarial.pdf. Acesso em: 01/04/2015.