

Fortalecer quem nos fortalece

A sociedade brasileira cresceu, se diversificou e se tornou mais complexa. O mercado consumidor se ampliou, novas camadas sociais foram incorporadas às áreas mais dinâmicas da economia. Neste contexto de desenvolvimento, o banco tem como propósito atuar como um agente de transformação. Para o Itaú Unibanco, “mudar o mundo” não é apenas um apelo publicitário, mas o compromisso com causas maiores como cultura, educação, esporte e mobilidade urbana, em busca de ideais que visam ao bem comum e transformam a vida das pessoas para melhor.

Essa posição clara na adoção de causas que são importantes para a sociedade – embora não necessariamente ligadas ao dia a dia dos negócios – impacta diretamente também o orgulho dos colaboradores de pertencer a uma organização que vai além da sua responsabilidade empresarial mais imediata. Torna-se mais uma razão para trabalhar melhor e com mais entusiasmo.

Educar, educar e educar

O Itaú e o Unibanco, ao longo de décadas, já haviam escolhido a educação como foco principal de suas iniciativas de atuação social. Essa vocação intensificou-se a partir da fusão por compartilharem a crença de que a educação é o vetor principal para o desenvolvimento sustentável do país. Atualmente, são dois os braços do grupo para atuar com educação. A Fundação Itaú Social desenvolve e multiplica metodologias voltadas para a melhoria de políticas públicas de educação no ensino fundamental. Atua principalmente



Fundação Itaú Social, criada em 2000 pelo Banco Itaú, voltada para programas de melhoria das políticas públicas de educação e avaliação sistematizada de projetos sociais. Tem como suporte um fundo patrimonial, composto de doações de empresas do Grupo Itaú Unibanco. Para sua realização três personagens foram decisivos: Roberto Setubal, que apoiou o projeto; Antonio Jacinto Matias, o executivo de visão abrangente que implementou sua ação; Maria Alice Setubal, que o alimentou desde o nascedouro, introduzindo as melhores práticas para seu desenvolvimento.



no fortalecimento de políticas de educação integral e na área de gestão educacional.

Por sua vez, o Instituto Unibanco atua contribuindo com a melhoria de qualidade do ensino médio público. Seu principal projeto, o Jovem de Futuro, é um exemplo de iniciativa voltada para a melhoria da gestão escolar, desenvolvido em conjunto com as secretarias estaduais de educação e com o Ministério da Educação.

A Fundação Itaú Social foi criada pelo Itaú para dar perenidade aos investimentos sociais da empresa, já estruturados e implementados, tendo como foco programas de melhoria das políticas públicas de educação e avaliação sistematizada de projetos sociais. Para isso, o banco utilizou um fundo patrimonial, composto de doações de empresas do Grupo Itaú com recursos investidos em fundos de investimento e em ações do conglomerado. O orçamento anual da Fundação é resultante do superávit da aplicação nesse fundo.

Maria Alice Setubal, filha de Olavo Setubal, doutora em psicologia da educação, presidente dos Conselhos do Centro de Estudos e Pesquisa em Educação Cultura e Ação (Cenpec) e da Fundação Tide Setubal, inspirou a inclinação do pai e do irmão, Roberto Setubal, para o investimento social em educação. Ela mesma conta o quanto esta causa era uma discussão familiar e empresarial, abordada entre as prioridades do banco: “Sempre insisti muito para que os projetos sociais saíssem de dentro do banco para formar uma fundação. Eu sei que esta era uma ideia do Roberto também. Defendi muito esta proposta, porque era uma forma de mostrar para a sociedade a perenidade do compromisso social do banco. Não era um programa qualquer que poderia ser cortado porque o negócio teve um lucro menor. É claro que não é o banco que vai resolver as questões da educação no país, mas nós temos sim um compromisso com a sociedade e é muito importante renová-lo e dar continuidade a ele. A Fundação Itaú Social tornou concreto este compromisso”.¹

O Itaú Unibanco reconhece a educação como questão-chave para o desenvolvimento do país, especialmente em um ambiente global no qual a competitividade é cada vez mais pautada pela capacidade de gerar conhecimento e inovação. Superar os desafios para conquistar a excelência nesse campo, em um país complexo como o Brasil, é tarefa para toda a sociedade. Assim, todas as atividades da Fundação Itaú Social são realizadas em conjunto com governos, empresas e organizações não governamentais voltadas para as questões educacionais. Esse estabelecimento de alianças estratégicas agrega expectativas, competências e olhares diversos, o que contribui para a elaboração conjunta de soluções para as demandas do país. Também é um caminho para garantir a perenidade das ações e ganhar escala, alcançando cada vez mais pessoas.

Como afirmou Maria Alice Setubal, a perenidade das ações é um ponto fundamental da atuação na área social. A transformação e a conquista de um novo padrão de educação no Brasil só ocorrerão com iniciativas contínuas e de grande alcance público. Essa constatação levou a Fundação a desenvolver prioritariamente metodologias e programas destinados a suportar políticas públicas. Com essa abordagem, o Itaú Unibanco busca universalizar sua contribuição e conferir dimensão estratégica às suas iniciativas no campo da educação.

Antonio Jacinto Matias, vice-presidente da Fundação Itaú Social e responsável desde o início pela estruturação do investimento social do Itaú, lembra que “é preciso que o país acorde para a única grande verdade: a educação ainda é o primeiro, o segundo e o terceiro grande desafio brasileiro. Mas ela ainda não é, como deveria ser, a grande prioridade nacional”.²

A Fundação Itaú Social e o Instituto Unibanco concentram suas iniciativas na educação e têm atuações complementares, uma vez que a Fundação Itaú Social tem foco maior na educação fundamental e o Instituto Unibanco, no ensino médio.

Antonio Jacinto Matias, vice-presidente da Fundação Itaú Social explica como se dá de fato o trabalho desenvolvido junto às escolas da rede pública: “Somos parceiros que desenvolvem e transferem tecnologia na área de educação. Isso acontece no âmbito do plano de uma secretaria estadual ou municipal de educação. Há projetos em que chamamos as secretarias para trabalhar junto a nossa equipe. Temos uma relação muito próxima com a União Nacional dos Dirigentes Municipais de Educação (Undime), que reúne secretários municipais da educação, e com o Conselho Nacional de Secretários de Educação (Consed) que reúne os secretários estaduais. Disponibilizamos nossas tecnologias educacionais, desenvolvidas, testadas, avaliadas, sistematizadas. Hoje, a Fundação Itaú Social e o Instituto Unibanco são considerados pelos gestores da educação uma parceria estratégica para a melhoria da qualidade do ensino em diversas regiões do país”.³

Procura-se sempre a intervenção que tenha efeito multiplicador. A proposta não é construir uma escola, mas buscar modelos de excelência de ensino que possam ser aplicados a diferentes realidades, e torná-los acessíveis em estruturas públicas já existentes. Ou, no caso da leitura, a ação social do conglomerado não se restringiria a construir uma biblioteca, ou atualizar seu acervo, mas sim criar uma conscientização sobre a importância do ato de ler com grande poder de mobilização de toda a sociedade.

É o caso da campanha “Leia para uma criança”, amplamente divulgada nos principais veículos de grande circulação. Com personagens clássicos das histórias infantis, a campanha ressalta a



Projeto “Leia para uma criança”.

Leia para uma criança.

Histórias ajudam no aprendizado e no desenvolvimento infantil.
A leitura de histórias estimula a criatividade das crianças e ajuda no seu aprendizado e desenvolvimento. Por isso, o Itaú já distribuiu mais de 22 milhões de livros e este ano vai distribuir novos títulos. Leia para uma criança. Porque mudar a educação muda o país. Mude. E conte com o Itaú para mudar com você. -)

Acesse www.itaun.com.br/itaucrianca e peça grátis sua coleção.

Itaú. Feito para você. Itaú

Peça publicitária da campanha "Leia para uma criança".

importância da leitura para o aprendizado e desenvolvimento de crianças de zero a cinco anos, além do fortalecimento da relação dos adultos com elas. A Fundação Itaú Social convida os adultos para lerem para uma criança e, para concretizar esse compromisso, é distribuída a Coleção Itaú de Livros Infantis para qualquer interessado. Mais de 30 milhões de exemplares já haviam sido doados até dezembro de 2013.

A campanha compõe o programa Itaú Criança, criado em 2005 com o objetivo de mobilizar colaboradores, clientes, parceiros e comunidade para a garantia dos direitos da criança e do adolescente. O Itaú Criança contribui com o acervo literário de organizações sociais e escolas públicas por meio de parcerias estabelecidas pela Fundação Itaú Social. Além disso, colaboradores são estimulados a participar de formações e atuar voluntariamente em atividades de mediação de leitura. Uma vez por ano, o Itaú Social divulga também a possibilidade de destinação do imposto de renda para os fundos dos direitos da criança e do adolescente.

Tecnologias sociais próprias

As propostas desenvolvidas e apoiadas pela Fundação Itaú Social têm como foco a educação integral,⁴ a gestão educacional, a avaliação de projetos sociais e a mobilização social.

A educação integral pressupõe um conjunto de estratégias para o desenvolvimento pleno do ser humano, a partir da integração e ampliação de tempo, espaços e conteúdos de aprendizagem, dentro e fora da escola. Nesse sentido, reconhecer os conhecimentos adquiridos tanto na escola, quanto na cidade, na comunidade e no contexto familiar é condição fundamental para a construção de uma educação integral de qualidade. Na rede pública de ensino, a educação integral contribui para a redução das desigualdades socioeconômicas, na medida em que ajuda a ampliar os repertórios socioculturais, os horizontes e a capacidade de circulação inclusiva e criativa de crianças, adolescentes e jovens pela cidade em que vivem. Nesse sentido, a educação integral passa a ser estratégica não só para a melhoria da qualidade da educação, mas para a promoção da equidade.

A educação brasileira demanda mudanças e empenho por parte de todos os níveis de gestão, desde aspectos do cotidiano da escola – relacionados ao trabalho pedagógico – passando por eixos da supervisão e administração escolar, até alcançar estágios de gestão das secretarias e políticas públicas educacionais. É nessa perspectiva que a Fundação Itaú Social investe também em programas de gestão educacional, sempre com o propósito de contribuir para o fortalecimento das equipes técnicas e o aprimoramento de estruturas e processos de gestão dos sistemas de ensino público. Outros programas como Tutoria, Melhoria da Educação no Município, e Jovens Urbanos complementam o portfólio de práticas da Fundação.

Vale lembrar, que a estruturação da Fundação assegurou a continuidade dos projetos sociais que já eram realizados pelo banco e que tiveram início com o Programa Itaú Social. Uma parceria com o Fundo das Nações Unidas para a Infância e Adolescência (Unicef) deu origem ao Prêmio Itaú-Unicef, que tem como objetivo identificar, reconhecer, dar visibilidade e estimular o trabalho de ONGs que contribuem, em articulação com as políticas públicas de educação e de assistência social, para a educação integral de crianças e jovens que vivem em condições de vulnerabilidade. Nos anos ímpares, as ONGs são identificadas e reconhecidas pela premiação. Nos anos pares, entra a formação de uma rede para que o tema educação integral siga em debate e que práticas aplicadas localmente possam ser socializadas entre várias entidades. Desde o início do programa, em 1995, mais de 12 mil projetos já foram inscritos e avaliados.



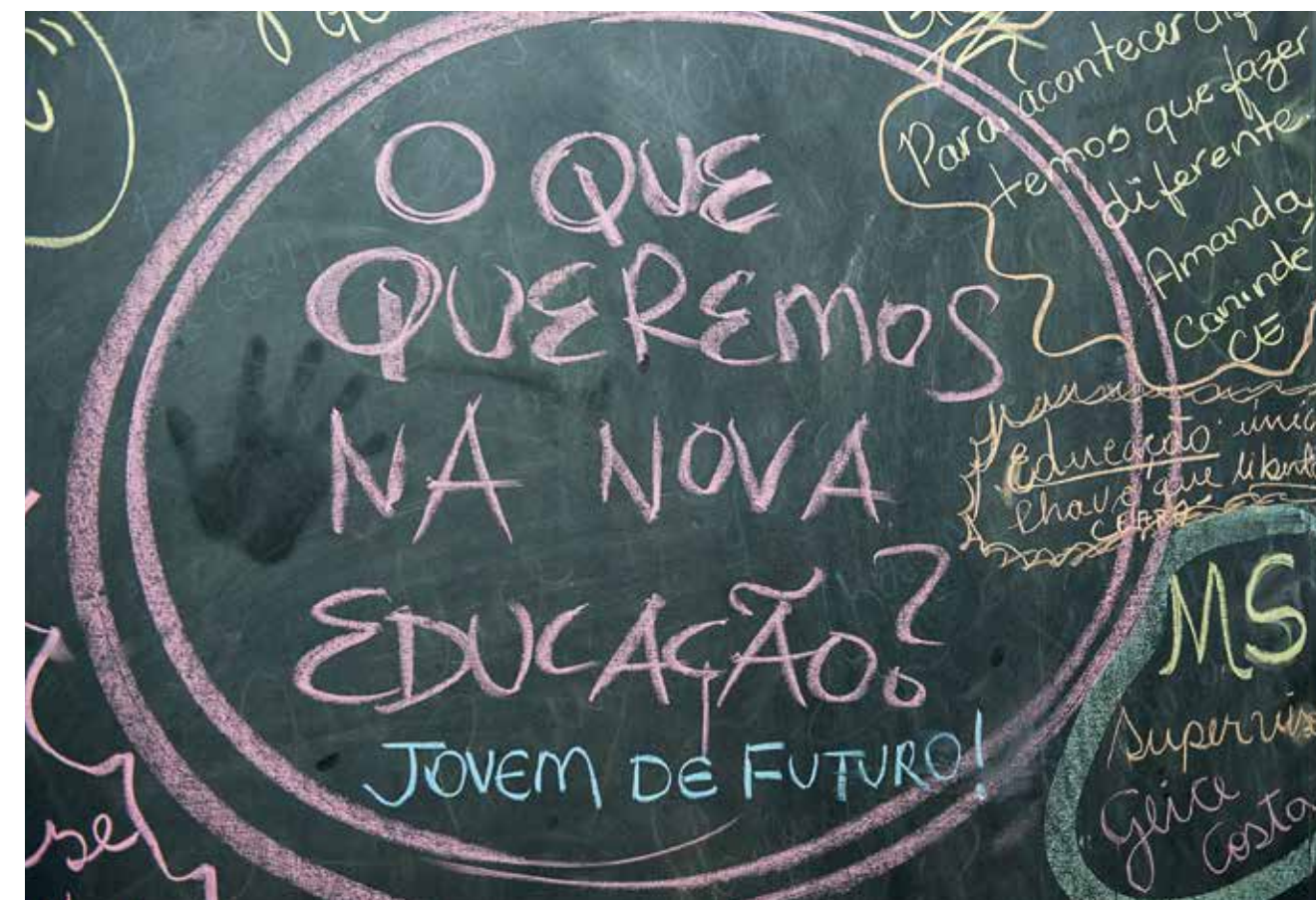
Antonio Jacinto Matias, vice-presidente da Fundação Itaú Social.

“Olimpíada de Língua Portuguesa Escrevendo o Futuro”, uma parceria do Ministério da Educação, Fundação Itaú Social e o Cenpec. O programa, criado em 2002 como “Escrevendo o Futuro”, transformou-se em Olimpíada de Língua Portuguesa Escrevendo o Futuro, em 2008, política pública voltada para a capacitação do professor, gestores de educação e superação dos problemas na área de leitura e escrita das escolas públicas brasileiras.



Outro programa bienal, criado ainda em 2002, foi o Escrevendo o Futuro, que nasceu para estimular os alunos do ensino fundamental de escolas públicas a desenvolverem habilidades de leitura e escrita. Mais que um prêmio, o Escrevendo o Futuro é uma estratégia de formação continuada de professores. Naquele ano, 368 mil alunos participaram, escrevendo sobre o lugar onde viviam. Outras duas edições seriam realizadas, até que em 2008, foi firmada uma parceria com o Ministério da Educação e o programa se tornou uma política pública e passou a ser denominado Olimpíada de Língua Portuguesa Escrevendo o Futuro. Com o novo status, a Olimpíada alcançou em sua primeira edição nada menos que seis milhões de alunos em 98% dos municípios brasileiros.

A avaliação econômica de projetos sociais é outro pilar importante para a Fundação. Foi estruturada como programa a partir de 2004 e conta com o apoio da área de Avaliação de Investimentos do banco, trazendo competências da área econômica para o campo social. Uma metodologia foi desenvolvida e, inicialmente, aplicada aos projetos da própria Fundação. Ela é composta pela avaliação de impacto e pelo cálculo do retorno econômico do projeto, permitindo identificar a relação entre custo e benefício, o retorno gerado para a sociedade e se os objetivos propostos foram cumpridos. O sucesso da iniciativa resultou em uma sistematização da metodologia, que foi estendida a



O Instituto Unibanco concebeu o Projeto Jovem do Futuro, que, em parceria com o Ministério da Educação e cinco estados, alcançará 2 milhões de estudantes até 2016.

O Projeto Jovem de Futuro já alcançou resultados que demonstram que uma gestão escolar de qualidade gera impactos relevantes no aprendizado dos estudantes.

projetos de terceiros, além de ser discutida e ministrada em seminários, cursos e oficinas para gestores de projetos sociais.

A mobilização social é outra frente de investimento da Fundação, que vê neste tema uma forma de colocar em prática a energia transformadora que leva as pessoas a protagonizarem as mudanças que querem ver no mundo. Este investimento na mobilização social é parte fundamental na construção de uma cultura empresarial a partir de importantes valores compartilhados. Assim, o Itaú coloca a serviço da causa social seus principais ativos: a atuação dos seus colaboradores, a capilaridade de sua rede de negócios e a força de sua marca.

Foco no ensino médio

O Instituto Unibanco também tem como foco contribuir para a melhoria da qualidade da educação pública brasileira. Por entender a relevância do ensino médio para o desenvolvimento do país, o Instituto escolheu centrar suas ações nessa etapa do ensino para que os jovens tenham acesso, permaneçam e concluam os estudos. No caso dos adolescentes com idade para cursar o Ensino Médio (15-17 anos), apenas 84% estão matriculados na escola e desses somente 40,3% frequentam de fato essa etapa.



É por meio da articulação entre escolas, governos, sociedade civil, pesquisadores e instituições privadas que o Instituto Unibanco acredita ser possível melhorar a educação.



Para contribuir com a mudança dessa realidade, o Instituto Unibanco concebeu, validou e implementa, desde 2012, o Projeto Jovem de Futuro em cinco redes públicas de ensino médio (CE, GO, MS, PA E PI), integrado ao Programa Ensino Médio Inovador (ProEMI), em parceria com Ministério da Educação (MEC) e as respectivas secretarias estaduais de educação. A iniciativa, por meio deste virtuoso arranjo público-privado, alcançará dois milhões de estudantes até 2016, ano em que cobrirá cerca de 15,5% da matrícula do ensino médio no Brasil. Em 2013, nesses cinco estados, foram beneficiados mais de 685 mil alunos de 1,3 mil escolas.

A iniciativa parte da concepção de que uma gestão escolar de qualidade, orientada para resultados, pode proporcionar um impacto significativo no desempenho das escolas e no aprendizado dos estudantes. Para isso, o Jovem de Futuro desenvolve e disponibiliza estratégias e tecnologias educacionais que se traduzem em formações (presenciais e à distância) de gestão escolar para gestores e profissionais de educação, metodologias pedagógicas, plataforma integrada de gestão, procedimentos de monitoramento e avaliação das ações de gestão escolar e apoio técnico às secretarias de educação.

“A capacidade de influenciar políticas públicas é motivo de orgulho para nós, pois reafirma a escolha que fizemos ao focar em gestão escolar



O Instituto Unibanco também promove a ação estruturada de voluntariado Estudar Vale a Pena, para incentivar os jovens a concluírem os estudos.

do Ensino Médio”;⁵ destaca Pedro Moreira Salles, presidente do conselho de administração do Instituto Unibanco.

Para alcançar a escala atual, o Projeto foi testado entre os anos de 2007 e 2011 nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Os resultados e os aprendizados observados neste período possibilitaram reajustes e adequações do Jovem de Futuro para a construção da parceria com o MEC, que certificou o Projeto como uma tecnologia educacional com capacidade de impactar a aprendizagem dos estudantes.

“Gestão de qualidade gera educação de qualidade. Nossas avaliações têm mostrado que a melhoria da gestão escolar promove relevantes avanços na aprendizagem de língua portuguesa e matemática dos estudantes. Os resultados alcançados, além de terem sido significativos para a melhoria do desempenho dos alunos, consolidaram o projeto como uma tecnologia viável para ser replicada em larga escala”;⁶ comenta Ricardo Henriques, superintendente do Instituto Unibanco.

Alinhado ao conceito de gestão escolar orientada para resultados de aprendizagem, em 2013, foram oferecidos módulos de formação presencial para aproximadamente 5 mil gestores escolares e supervisores das secretarias de educação, que têm um papel multiplicador nas redes de ensino. Esses cursos buscam ligar teoria à prática, mantendo o foco no

 Instituto
UNIBANCO



O Espaço Itaú de Cinema recebe anualmente em suas 50 salas cerca de 3,5 milhões de espectadores com foco nas produções nacionais e nas realizações independentes.

uso efetivo dos conteúdos no cotidiano dos profissionais e no impacto que podem gerar no aprendizado dos estudantes. Além disso, esses momentos de contato e troca colaboram ainda para que o Instituto Unibanco aperfeiçoe suas ações, em uma busca constante por uma maior aderência aos contextos locais e aos desafios do dia a dia da escola.

Outra importante frente de atuação do Instituto Unibanco é o incentivo ao trabalho voluntário no ambiente escolar. Com os colaboradores do conglomerado, o Instituto Unibanco realiza a ação estruturada de voluntariado Estudar Vale a Pena, para sensibilizar jovens do ensino médio de escolas públicas sobre os benefícios de concluir os estudos. Em 2013, a estratégia de mobilização do programa Estudar Vale a Pena envolveu cerca de 1,5 mil voluntários, atingindo mais de 16 mil estudantes da última etapa da Educação Básica. O Instituto Unibanco em conjunto com a Fundação Itaú Social fazem a gestão compartilhada do Programa Voluntários Itaú Unibanco.

O Instituto Unibanco integra também diversas parcerias no apoio a pesquisas e desenvolvimento de projetos. Uma delas possibilita a realização de estudos que buscam analisar as evidências empíricas das ações realizadas, unindo geração de conhecimento aliada à prática do mundo da educação.

Assim, com iniciativas em diversos níveis, o Instituto Unibanco enfrenta o desafio de melhorar a gestão das escolas de ensino médio no Brasil, gerando resultados relevantes na qualidade da formação dos jovens brasileiros.

Democratização da cultura

Não é de hoje que o banco entende a preservação e o acesso à cultura nacional como alicerces para o desenvolvimento de uma sociedade crítica e independente. A cultura faz parte das causas do Itaú Unibanco e, dentre as iniciativas neste âmbito vale destacar, além do forte trabalho do Itaú Cultural já relatado neste livro, o Espaço Itaú de Cinema, iniciativa que se dedica a uma programação com foco nos filmes brasileiros e independentes e na formação do público por meio de diversos projetos. Atualmente há mais de 50 salas distribuídas nas cidades de Brasília, Salvador, Porto Alegre, Curitiba, São Paulo e Rio de Janeiro.

O primeiro cinema do grupo Itaú Cinemas foi inaugurado há mais de 20 anos, na Rua Augusta em São Paulo. O antigo prédio abrigou o cinema Majestic, criado pela família Moussali nos anos 50 e passou por várias empresas até ser fechado no início dos anos 90.

Após uma grande reforma, o cinema foi reinaugurado em 1993, com o patrocínio do Banco Nacional. Em 1995, o cinema passou a ser

patrocinado pelo Unibanco e, após a fusão com o Itaú foi rebatizado como Espaço Itaú de Cinema e passou por uma grande modernização.

A área de convivência dos complexos Espaço Itaú de Cinema foi pensada para funcionar como um verdadeiro ponto de encontro cultural, com layout voltado para o entretenimento e o convívio. Uma mesa comunitária, acesso à internet, bomboniere e cafeteria com mesas e cadeiras, também estão disponíveis para total interação entre os espectadores.

O Circuito Espaço Itaú de Cinema incentiva a democratização da cultura no país através de vários projetos que oferecem ingressos com preços promocionais ou mesmo gratuitos, como é o caso do Clube do Professor, Escola no Cinema e Sessão Popular. Anualmente, o circuito vende, em média, 3,5 milhões de ingressos.

Vale ressaltar ainda que há anos, o Itaú Unibanco também apoia importantes festas populares em todo o Brasil com o propósito de valorizar as iniciativas das comunidades onde atua e incentivar o desenvolvimento social e cultural dessas localidades, como a Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP), o Festival de Teatro de Curitiba, Festival de Dança de Joinville, além do Carnaval de Salvador.

O compromisso com a democratização da cultura se baseia na crença de que arte transforma as pessoas. Ela é capaz de ajudar a formar cidadãos capazes de pensar e tomar decisões de forma crítica sobre a realidade em que vivem.

Esporte unindo pessoas

Em outro pilar de atuação encontra-se o apoio ao esporte. O Itaú Unibanco acredita que o esporte promove a união entre as pessoas e aliado à educação e à cultura, pode contribuir para a construção da cidadania.

Há mais de 25 anos, o Itaú está envolvido com o futebol, patrocinando transmissões de competições e amistosos da Seleção Brasileira. Foi a primeira empresa a assinar o contrato de patrocínio da Copa das Confederações da FIFA 2013™ e da Copa do Mundo da FIFA 2014™. Mas o Itaú Unibanco não está presente apenas em grandes eventos. O banco patrocina todas as modalidades e categorias da Seleção Brasileira de Futebol, o que inclui as seleções olímpica, Subs (23, 20, 17, 15) e todas as seleções femininas. Desde 2011, o banco também patrocina a Seleção Brasileira de Futebol de Areia.

O tênis é outro esporte onde o apoio tradicional do Itaú Unibanco se estende das bases até os grandes torneios. Destaque para o Instituto Tênis, centro de treinamento que investe em jovens talentos para preparar atletas e para a Caravana do Esporte, um programa itinerante que atende



Patrocinador da Copa do Mundo da FIFA™, o Itaú Unibanco acredita no esporte como fator de inclusão social e reconhecimento da identidade nacional.



Entre os torneios de tênis apoiados estão o Itaú Masters Tour, Circuito Itaú de Tênis Feminino, Circuito de Tênis Escolar e Universitário, torneios Futures e Challengers, ATP 250 de Viña del Mar e o ATP 1000 de Miami e o Rio Open ATP 500.

municípios escolhidos pelo Unicef. Desde 2009 a Caravana formou quase 18 mil treinadores em 17 estados, beneficiando mais de 200 mil crianças diretamente. Entre os torneios apoiados estão o Itaú Masters Tour, Circuito Itaú de Tênis Feminino, Circuito de Tênis Escolar e Universitário, torneios Futures e Challengers, ATP 250 de Viña del Mar, ATP 1000 de Miami e o Rio Open – ATP 500.

As laranjinhas

A preocupação com a mobilidade urbana, outro foco do conglomerado, tem raízes históricas ainda na gestão de Olavo Setubal na prefeitura de São Paulo. Ciente dos desafios da metrópole, Olavo incentivava os passeios ciclísticos, que pelas mãos do Itaú se expandiriam para outras cidades e permaneceriam até a década de 2000.

Anos depois, o Itaú Unibanco se destaca por seus grandes planos para a mobilidade urbana e comprometimento em fomentar o amadurecimento da cultura de integração das bicicletas ao modelo de transporte das cidades de forma conjunta com o poder público, a iniciativa privada e a sociedade.

Hoje, diversas cidades já iniciaram projetos de compartilhamento de bicicletas. Na capital paulista, que conta com a maior frota de veículos do Brasil, a discussão foi pauta das últimas eleições municipais, situação que se repetiu em outros locais, como no Rio de Janeiro, mostrando que é um debate latente e importante. O divisor de águas para esta promoção da bicicleta como meio de transporte sustentável foi o Bike Rio, no Rio de Janeiro.

Inaugurado no fim de outubro de 2011, o Bike Rio – projeto de compartilhamento de bicicletas da Prefeitura do Rio de Janeiro, operado pela Samba/Serttel e que conta com a parceria do Itaú Unibanco – é um sucesso incontestável. Em apenas 17 meses, o Bike Rio ultrapassou a marca de 1,7 milhão de viagens e mais de 147 mil ciclistas cadastrados. As ‘laranjinhas’, como foram carinhosamente apelidadas, já fazem parte do dia a dia dos cariocas.

A Samba/Serttel, empresa de Pernambuco que opera o Bike Rio, havia recebido várias negativas no mundo empresarial antes de chegar até o Itaú, que abraçou o projeto não apenas pela ideia da bicicleta como modal de transporte integrado ao transporte público. Além deste alinhamento com a causa do banco, havia também o conceito de sustentabilidade com estações abastecidas por energia solar, bicicletas de fabricação nacional, geração de emprego na cidade e um modelo inovador de utilização por meio do celular.

Em 2014, o programa está presente no Rio de Janeiro, em São Paulo, Belo Horizonte, Recife, Olinda, Jaboatão dos Guararapes, Porto Alegre,



Salvador e Brasília, além da cidade de Santiago no Chile, contabilizando mais de 4.000 bicicletas, cerca de 700 mil usuários inscritos e mais de quatro milhões de viagens realizadas desde seu lançamento em 2011.

“O que muitos pensaram ser uma estratégia de marketing tornou-se uma necessidade e um bem que todos querem para suas cidades”, diz Zeca Rudge, vice-presidente do Itaú Unibanco. “O pioneirismo nos deixa feliz, pois acreditamos que a forma corajosa com que assumimos esse desafio, demonstra o compromisso que temos com o desenvolvimento de nosso país”, conclui.

Portanto, é possível perceber que os valores dos fundadores de ambas instituições financeiras que formaram o conglomerado leva o Itaú Unibanco a assumir o investimento em cultura, educação, esporte e mobilidade urbana como parte fundamental de seu propósito. De uma ponta à outra, cada ação está relacionada a esse contexto de transformação, a esse otimismo em relação ao mundo e ao país. Cada iniciativa está relacionada à vontade de atuar positivamente para que o sonho de se conquistar um mundo melhor se torne realidade para as pessoas, a sociedade e o país como um todo.

É sobre a importância de um banco para a sociedade, independente do seu investimento social ou cultural, que vamos falar no próximo e último capítulo.

Na questão da mobilidade urbana, o Itaú Unibanco incentiva o habitante das grandes cidades a buscar meios de transporte alternativos com o programa de compartilhamento de bicicletas, que coloriu as ruas de diversas cidades brasileiras de laranja em vários pontos estratégicos.