

Apresentação  
Institucional  
**1T25**

# Com 100 anos de história, somos o maior banco da América Latina\*

Valor de mercado<sup>1</sup>

US\$ 63,2 bi

Ativos totais<sup>2</sup>

R\$ 2.821 bi

Carteira de Crédito<sup>2</sup>

R\$ 1.383,1 bi

ROE recorrente<sup>3</sup>

22,5%

Índice de Eficiência Brasil<sup>5</sup>

37,5%

Colaboradores no Brasil e no exterior<sup>2</sup>

96,3 mil

Resultado Recorrente Gerencial

R\$11,1 bi no 1T25

93,9% Brasil | 6,1% América Latina<sup>3</sup>

Somos a **marca mais valiosa**<sup>4</sup> da América do Sul

**US\$ 8,6 bi**

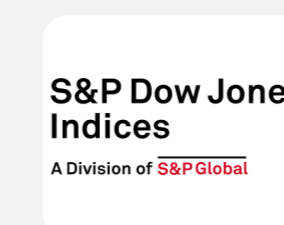
Somos um banco universal presente em

 18 países

Com operações de varejo na América Latina

Somos obstinados por encantar o **cliente**, com atendimento físico e digital, e buscamos nos transformar sempre que necessário para crescer de maneira sustentável

Somos o único banco da América Latina no Índice Dow Jones de Sustentabilidade desde sua criação



(1) Valor de Mercado em 30/04/2025. Fonte: Bloomberg; (2) Em 31 de março de 2025; (3) No 1º trimestre de 2025; (4) Brand Finance - Latin America 500 2025; (5) Acumulado 12 meses findos em mar/25

Nota: A carteira de crédito inclui Garantias Financeiras Prestadas e títulos Privados

\*Em valor de mercado em abril/2025 e total de ativos considerando março/25

**Nossos valores nos guiam para o Itaú do Futuro  
tendo a ética como base dessa jornada**



# Nossa capacidade de nos adaptar, inovar e transformar nos permitiu chegar até aqui

[acesse aqui para mais informações](#)

Abertura da divisão bancária da Casa Moreira Salles (Unibanco) em 1924 e do Banco Central de Crédito (Itaú) em 1943

1924



Primeiros cartões de crédito e débito

1960

Criação de uma das quatro principais centrais de processamento de dados do país

1970



1979 Criação da Itautec



Início da automação bancária  
Criação do Centro Técnico Operacional (CTO)

1980

1983 Lançamento do primeiro caixa eletrônico do país



Primeiros provedores de internet

1990

Primeiro banco sem agências do país, o Banco1.net

2000



Aquisição da ZUP acelera transformação digital

2019



As fintechs começam a ganhar força

2014

Itaú anuncia investimento de R\$ 11,1 bilhões em tecnologia, inovação e atendimento

2012



Fusão do Banco Itaú e do Unibanco, dando origem ao maior banco privado do país

2008

Itaú lança primeiro app de banco



Lançamento do primeiro iPhone

2007



Aquisição do BBA cria o maior banco de investimento do Brasil

2002

Mobile Banking no Brasil



Criação do novo Sistema de Pagamentos Brasileiro



Alteração na regulação (PIX e Open Finance)

2020

Lançamento beyond banking (iPhone pra Sempre)

- Desenvolvimento de novas soluções para os clientes
- Otimização do pacote de tarifas de conta corrente
- Lançamento de novos produtos (Íon)



Lançamento do Itaú Shop

2022

Agenda associativa

- Ideal
- TOTVS

Lançamento da nova marca Feito de Futuro

2023

Últimas iniciativas da agenda associativa

- Orbia
- Avenue



Itaú 100 anos

Um só Itaú Login único | 2 apps SuperApp e Íon

2024

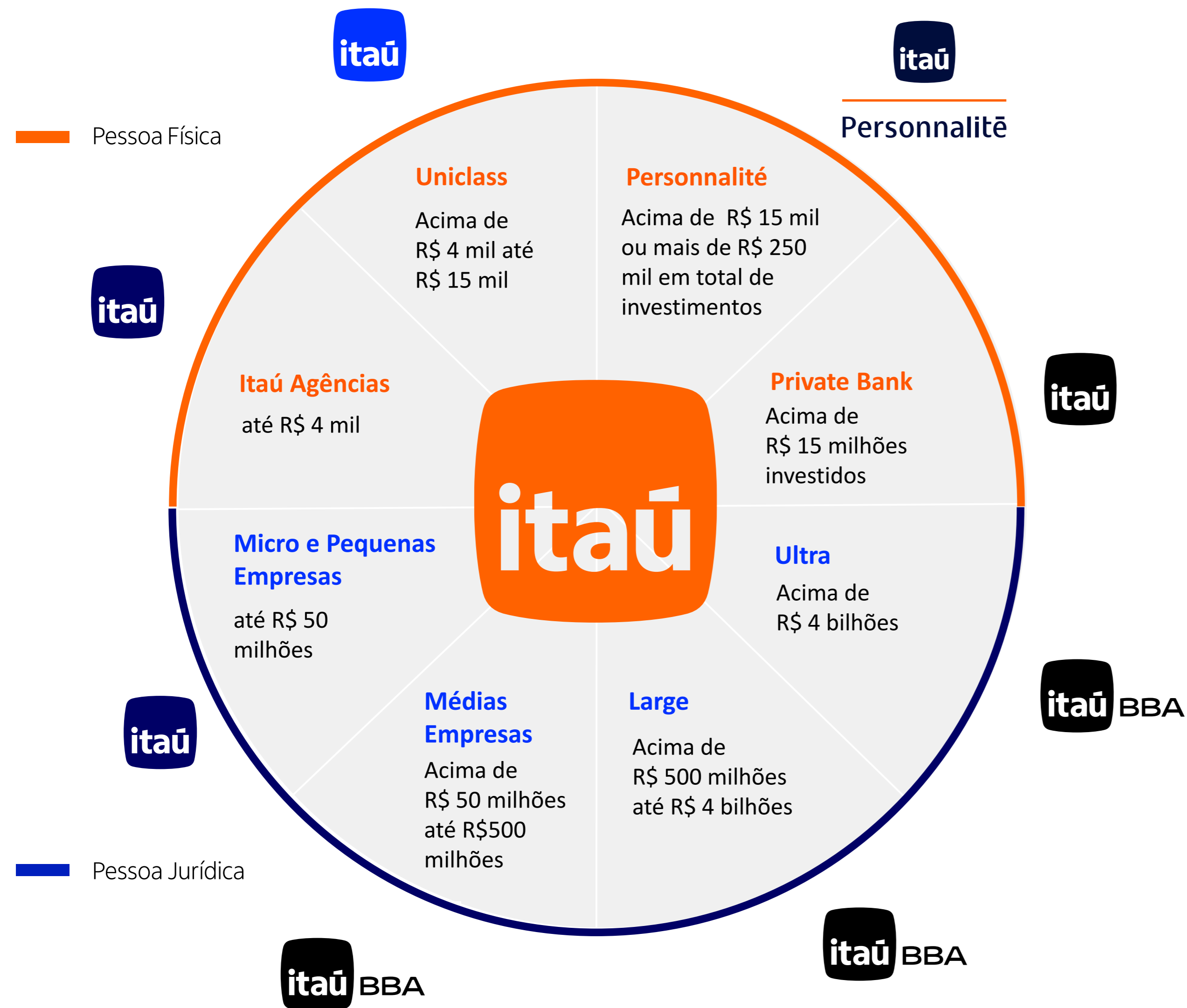
Lançamento da nova campanha "Feito"

ICTi (Instituto de Ciência e Tecnologia Itaú)

2025



# Oferecemos um ecossistema completo...



Integração tecnológica possibilita a melhor e mais **completa** experiência permitindo o acesso dos nossos clientes a **100% das nossas soluções** de maneira simples e tempestiva.

Trabalhamos para oferecer uma operação **100% digital** entregando uma oferta de valor simples e com um custo de servir muito competitivo para nossos clientes.



# ... com o mais amplo portfólio de produtos e serviços financeiros



## Adquirência (Laranjinha)

Carteiras digitais, pagamento por aproximação e mais de 50 bandeiras.



## Cartões

Aqui no Itaú nós temos um cartão para cada perfil de cliente.



## Derivativos

Temos a solução adequada para todos os momentos e cenários.



## Pagamento e Recebimento

Pague e Receba com segurança e agilidade.



## Administração de fundos

Portfólio completo por meio de produtos próprios e de terceiros (plataforma aberta).



## Consignado

Pagamento em parcelas fixas mensais, descontado diretamente no contracheque, holerite ou benefício do INSS.



## Imóveis

Atendimento exclusivo e apoio durante toda a contratação.



## Previdência e Capitalização

Diversos planos com taxa zero de carregamento e produtos de capitalização com sorteios quinzenais, mensais e anuais.



## Conta bancária

Acesso aos diversos serviços para os clientes Itaú, com vários benefícios.



## Câmbio e Viagem

Plataforma completa para atender as necessidades dos clientes em viagens, pagamentos e gestão de caixa internacional.



## Crédito

A contratação pode ser feita 100% online, pelo app ou pelas agências.



## Seguros

Portfólio completo por meio de produtos próprios e de terceiros (plataforma aberta), com atendimento físico ou digital.



## Banco de Investimentos

Equipe especializada dedicada para orientar e prover soluções no mercado de capitais.



## Cash Management

Solução completa de cash management para clientes institucionais.



## Investimentos

Assessores especializados, aplicativo (Íon) conectado com conta corrente, notícias, carteiras e todo suporte dos especialistas do Itaú.



## Veículos

Financiamento de veículos com gestão do contrato 100% online.

E muito mais soluções para nossos clientes!



# Nossos clientes escolhem como querem ser atendidos...

## Atendimento remoto

- WhatsApp
- Click to human
- E-mail
- Bankline
- Telefone
- Mobile banking  
100% das funcionalidades no App
- Chat

## Atendimento físico

- 2,8 mil**  
Pontos físicos
- 38,9 mil**  
Caixas eletrônicas  
Distribuídos por todo o território brasileiro e América Latina<sup>1</sup>

Atendemos os **clientes** como, quando e onde desejam ser atendidos

## Interações Digitais<sup>2</sup> no 1T25

Pessoa Jurídica

**98%**

Pessoa Física

**97%**

Nossa rede de atendimento é constantemente otimizada pelos comportamentos e necessidades dos nossos clientes.

(1)Considera Chile, Colômbia, Paraguai e Uruguai

(2)Considera o total de contratações, transferências e pagamentos realizados em todos os canais, exceto numerário

Agente  
não sabe  
tudo.

## ... por isso é tão importante ouvirmos os nossos clientes

### O cliente é o foco de tudo que fazemos

Nosso compromisso:  
atender nossos clientes  
onde, quando e como  
eles desejam ser  
atendidos

- Acesso ao mesmo  
tipo de atendimento  
independentemente  
do canal

- Liberdade para  
escolher como quer se  
relacionar: somos  
banco digital com a  
conveniência de  
atendimento  
presencial



**+520 mil<sup>1</sup>**

Ligações de líderes  
para ouvir o feedback  
direto dos clientes e  
entender suas  
experiências



**+1.465<sup>1</sup>**

Visitas que conectam as  
lideranças e a linha de  
frente de todo o Brasil de  
forma remota



**+54 mil<sup>1</sup>**

Encontros entre os  
colaboradores das agências,  
alinhados aos aprendizados,  
visando aprimorar a  
experiência do cliente



### Produtos e Serviços

Mais completa prateleira do  
setor financeiro brasileiro e  
utilização de dados para  
melhor oferta

## Ser Ituber é ser obstinado por encantar o cliente...

Ampla cobertura na medição do NPS  
de negócios e jornadas, passando a  
ter uma **visão data-driven** com  
indicadores de experiência

Ciclo de feedback estruturado em  
toda a instituição com foco na  
evolução dos nossos produtos e  
serviços

### Ecosistema robusto para inovar a partir das necessidades dos clientes

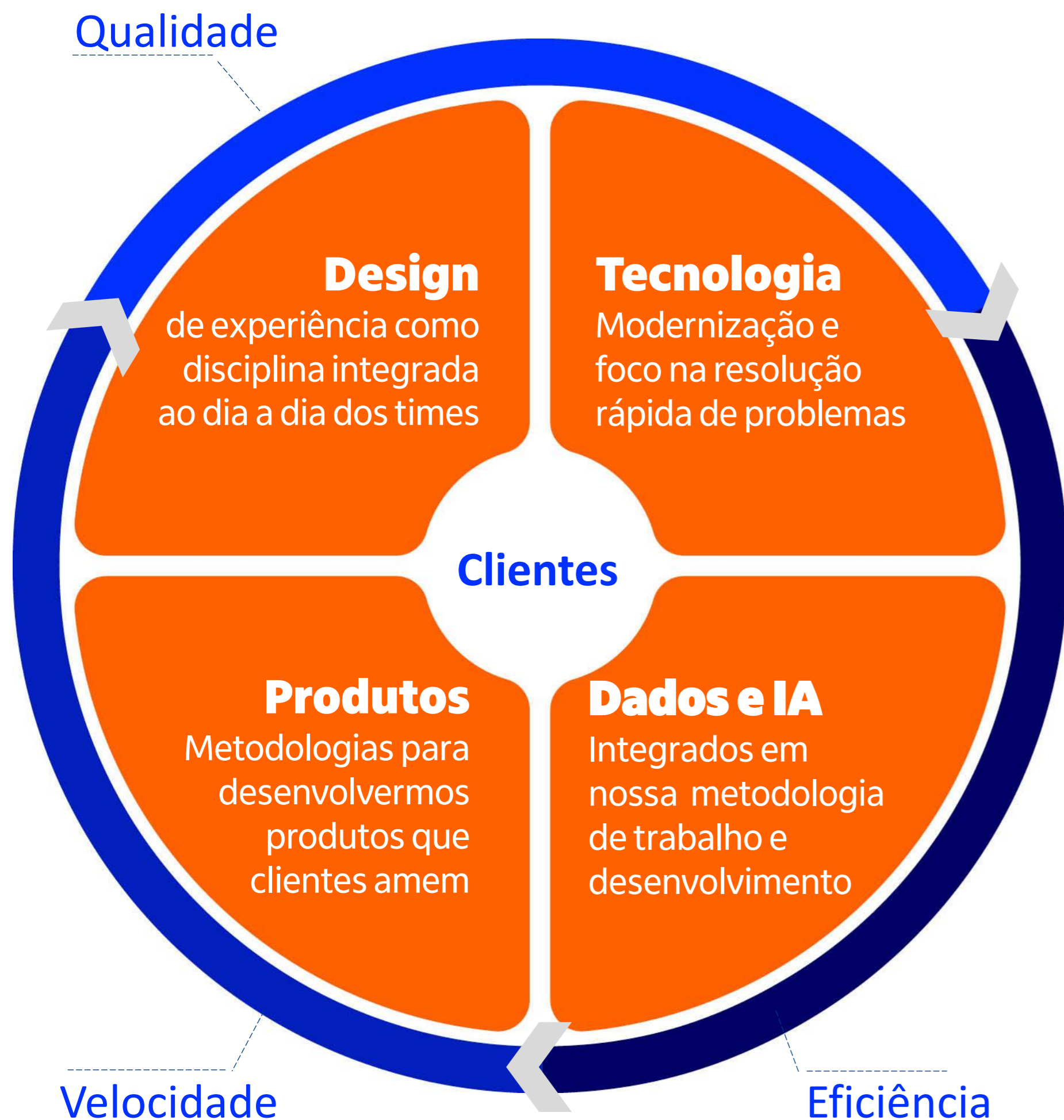
O reconhecimento da satisfação  
dos nossos clientes se reflete no  
alto nível de NPS que geramos a  
partir das nossas soluções digitais  
do aplicativo

## ... e sempre buscar o crescimento sustentável

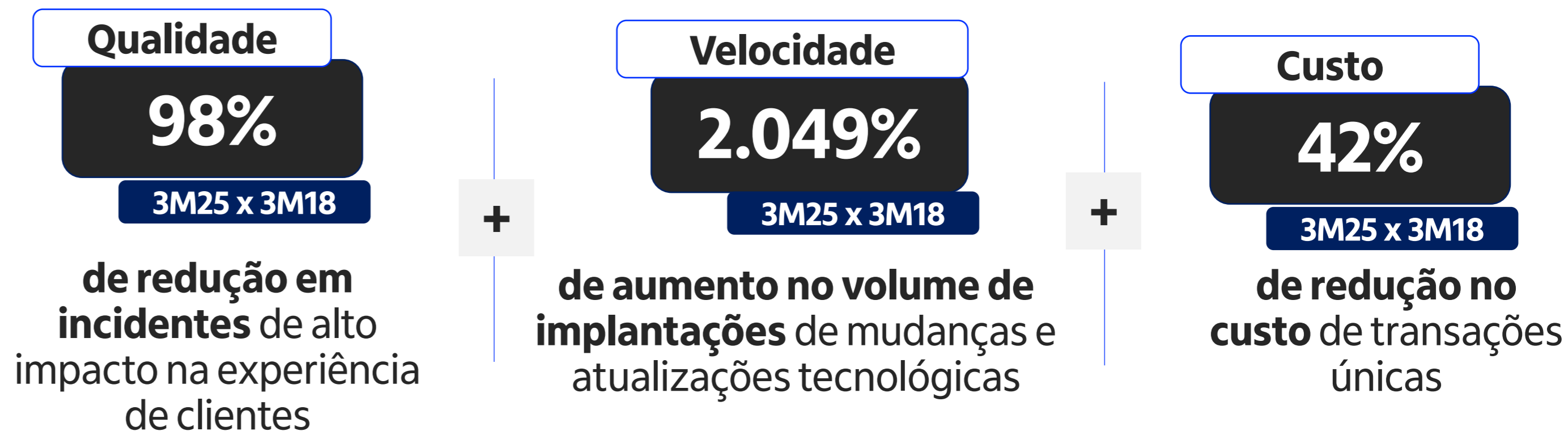
(1) Últimos 12 meses.



# A tecnologia impulsiona uma nova era da experiência para nossos clientes



Disciplinas integradas que impulsionam a **competitividade dos negócios** e a criação das **melhores experiências**



A gente  
vai de  
turma.

# Transformação digital e cultural gera ganhos de eficiência e competitividade

Estamos organizados em equipes multidisciplinares no modelo de comunidades/tribos

Trabalhamos em **conjunto** para entendermos as necessidades dos nossos clientes e ofertarmos o que eles precisam no momento em que precisam

As comunidades contam com membros das áreas de negócios, tecnologia, operações, UX, entre outros

## Investimento contínuo em tecnologia

1T25 vs 2018

**+ 3x**

Investimentos no desenvolvimento de soluções

**- 32%**

Custos de infraestrutura

## Fortalecimento de cultura

Questionamento contínuo de atividades e processos em busca de ganhos de eficiência

> 2.200 iniciativas planejadas

Revisão, simplificação e otimização de processos, automação de atividades, uso de dados e *analytics*

**> 1,9 mil** iniciativas em implantação

**> 25 mil**  
Colaboradores

**> 2,9 mil**  
Squads

## Geramos valor de forma consistente

Evolução da DNDJ	2025 x 2024	Evolução deflacionada	Evolução deflacionada ao ano
Despesas de Pessoal (comercial e administrativa)	68,2%	5,8%	0,6%
Despesas Transacionais (operações e atendimento)	-6,6%	-68,5%	-12,1%
Despesas com Tecnologia (pessoal e infraestrutura)	119,0%	59,2%	5,3%
Outras Despesas	47,4%	-10,7%	-1,2%
Total - Brasil	39,1%	-22,4%	-2,8%

## ... Com isso, nossa estratégia ESG evoluiu!

Sustentada por uma base sólida de governança e conduta, nossa estratégia ESG foca em três pilares de atuação:



### Diversidade e desenvolvimento

Promover a diversidade e inclusão, fomentando o desenvolvimento social e financeiro de pessoas e empresas em prol de um país mais justo e próspero.



### Finanças sustentáveis

Promover a integração ESG nas estratégias dos negócios, por meio de estudos, advocacy, desenvolvimento de produtos e serviços sustentáveis e engajamento de clientes, com foco em oportunidades para a economia sustentável.



### Transição climática

Melhorar a resiliência de nossas operações e entregar produtos e serviços que apoiem os clientes na transição para uma economia de baixo carbono, com foco na adaptação e mitigação climática.



# Queremos ser o banco da transição climática para nossos clientes

Com ofertas de valor para impulsionar negócios que contribuam com a redução de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) e com modelos cada vez mais eficientes na mitigação de riscos.

## Objetivos estratégicos

### Compromisso

# Net Zero até 2050

Temos o compromisso de nos tornar um Banco carbono neutro até 2050

#### Emissões GEE

Reduzir  
**50%**

Nossas emissões operacionais (Escopos 1, 2 e 3<sup>1</sup>) até 2030<sup>2</sup>

#### Emissões financiadas

Setores carbono intensivos

Estabelecer objetivos e reportar progresso na descarbonização dos setores carbono-intensivos prioritários para a convergência do nosso portfólio aos cenários que limitam a mudança climática a 1,5°C

(1) Exceto emissões financiadas (categoria 15) e deslocamento casa-trabalho (categoria 7). (2) Baseline: 2023.

# Um time diverso é essencial para entender e melhor atender nossos clientes

## Objetivos estratégicos para 2025



### Gênero

Mulheres  
**53,9%**

dos colaboradores  
ao final de 2024

### Cargos de liderança

Objetivo: 35% a 40%

**35,7%**  
em 2024

### Fluxo de contratação

Objetivo: >50%

**52,3%**  
em 2024



### Raça

Negros  
**28,9%**

dos colaboradores  
ao final de 2024

### Colaboradores em tempo integral<sup>1</sup>

Objetivo: 27% a 30%

**28,9%**  
em 2024

### Fluxo de contratação

Objetivo: >40%

**39,1%**  
em 2024

## Perfil de diversidade

na força de trabalho em 2024

### Localização

**96,7%**

**colaboradores  
no Brasil**

3,3% em unidades  
internacionais

### Faixa etária

**33,6%**

abaixo de **30 anos**

**60,4%**

entre **30 e 50 anos**

**6,0%**

Acima de **50 anos**

### Outros

**5,1%**

**pessoas com  
deficiência<sup>2</sup>**

**13%**

**LGBT+<sup>3</sup>**

### Retenção

**50,1%**

no Itaú Unibanco há  
**mais de 5 anos**

30,9% há mais de 10 anos

Nota: Os indicadores estão presentes em nosso Relatório ESG 2024 e referem-se a dezembro de 2024. (1) Não considera aprendizes e estagiários. (2) Considera operações do Itaú Unibanco SA. (3) Com base na autodeclaração no Censo de Diversidade.

# A sustentabilidade da nossa performance é reforçada pelos nossos compromissos de impacto positivo...

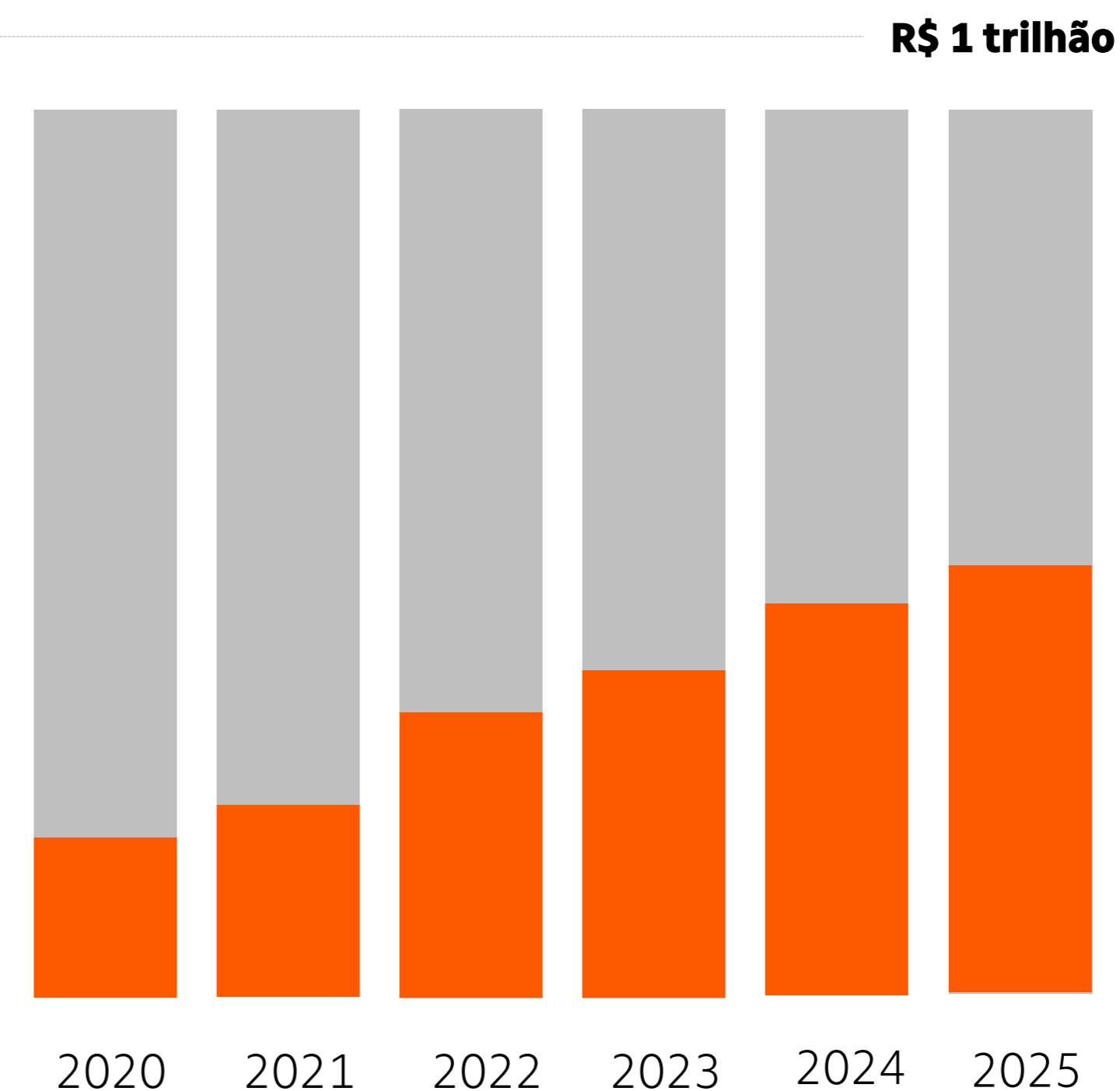
## Objetivos estratégicos

**Financiamento em setores de impacto positivo** de

**R\$ 1 tri**  
**ao final de 2030**

Destinados para operações de crédito e financiamento à economia sustentável, a partir de 2020<sup>1</sup>.

## Volume de recursos em finanças sustentáveis



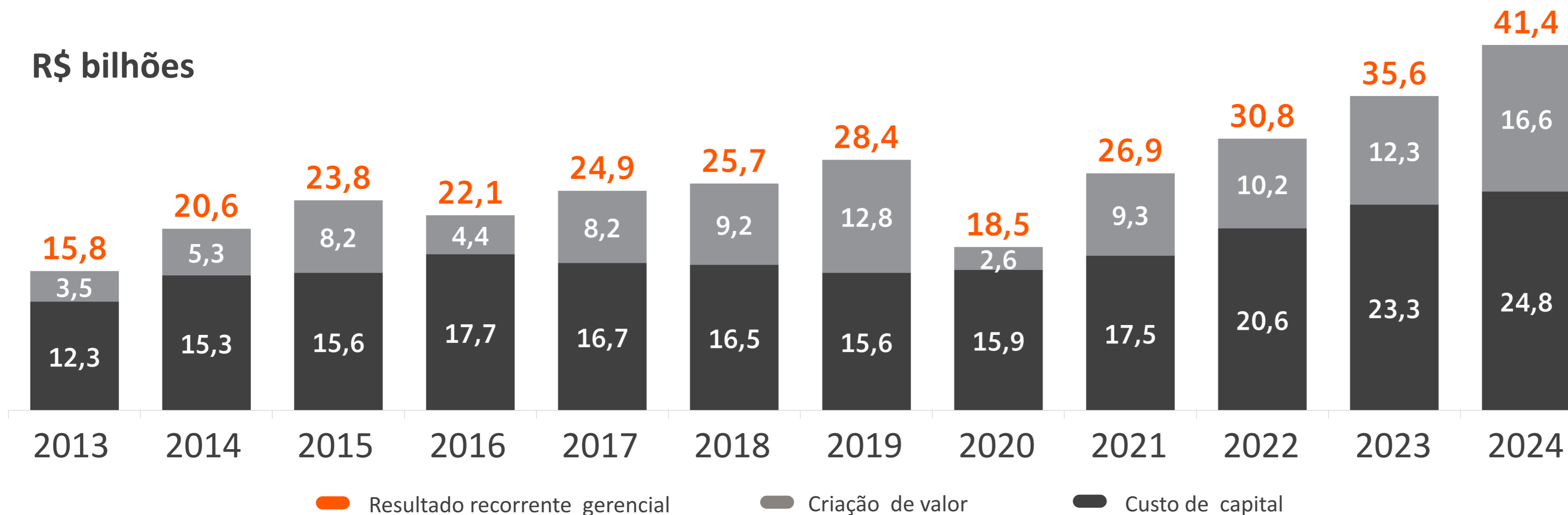
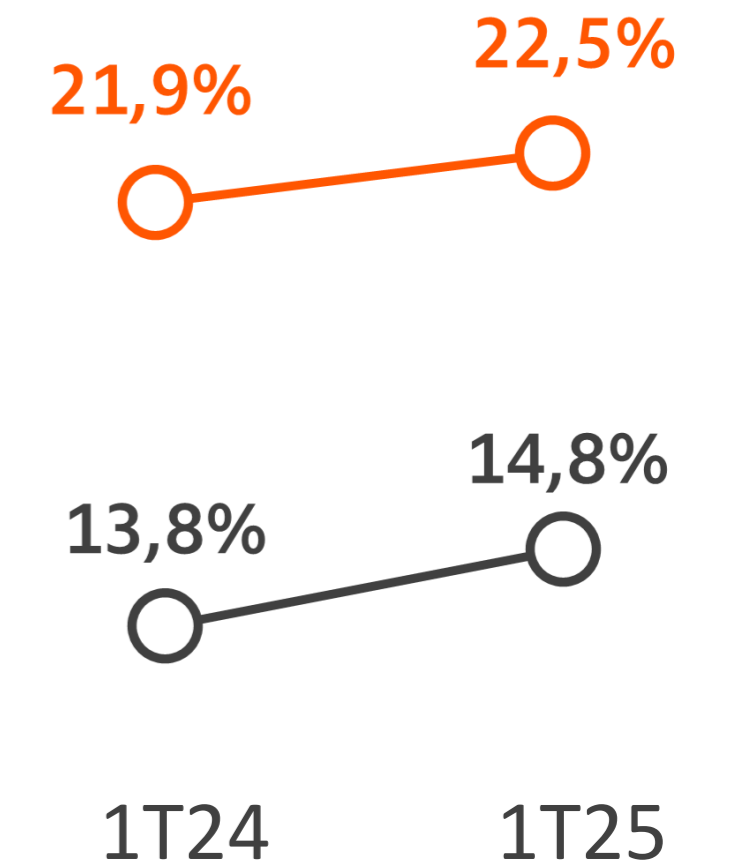
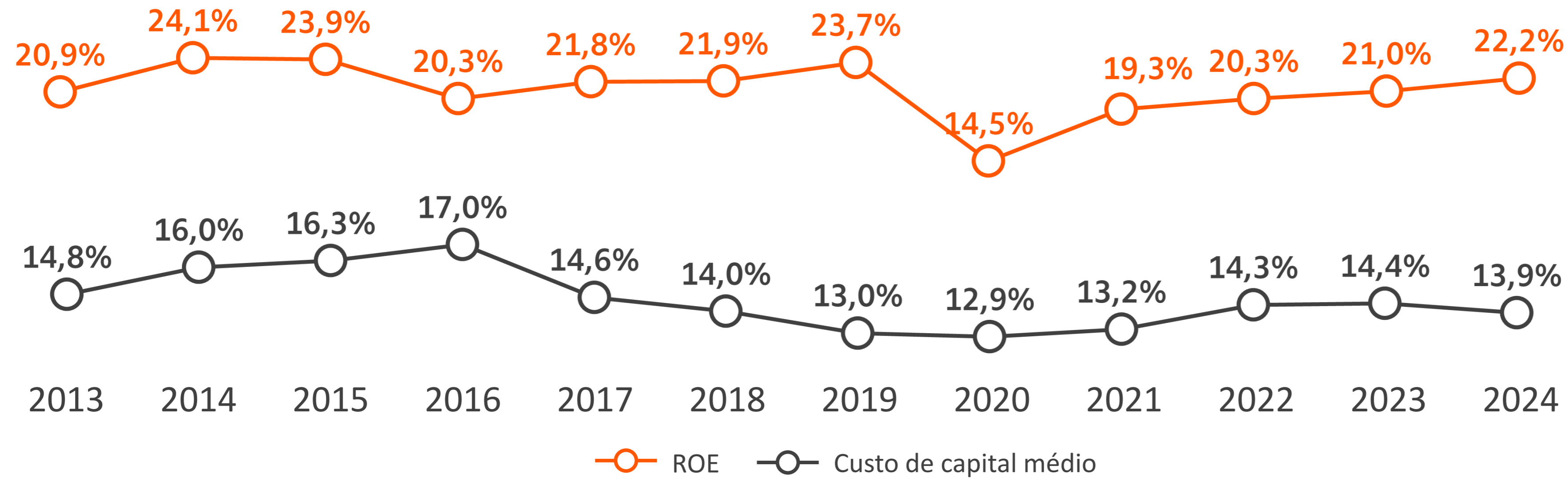
**R\$ 461 bi**  
**de recursos totais**

direcionados entre jan/20 e fev/25\*

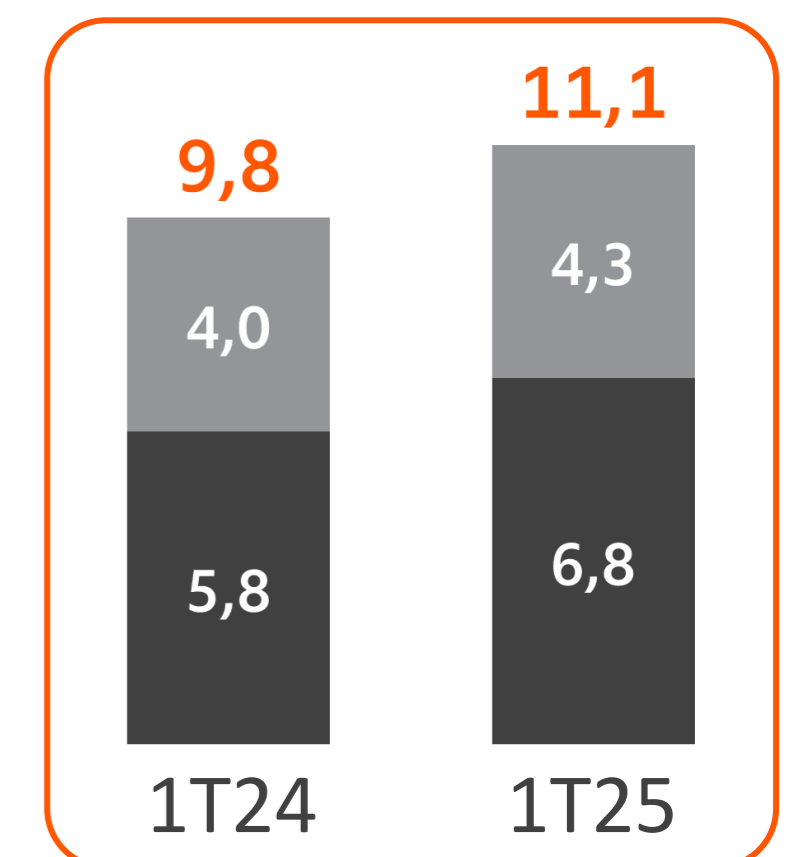
(1) A partir de jan/2025, são considerados novos critérios de contabilização alinhados aos avanços da taxonomia de finanças sustentáveis.

\*Não considera os valores de veículos elétricos de Janeiro e Fevereiro de 2025

## ... e pelo foco na geração de valor sustentável



Aumento de  
9% na criação de  
valor 1T25 x 1T24



# Temos apresentado crescimento de receita com disciplina de custos...

## Margem financeira com clientes

1T25 **R\$29,4 bi** ^ 3,2 % 1T25 vs. 4T24  
^ 13,9% 1T25 vs. 1T24

(em R\$ bilhões)

16,2	20,0	24,0	25,8
1T21	1T22	1T23	1T24

## Margem financeira com mercado

1T25 **R\$0,9 bi** ^ 2,2 % 1T25 vs. 4T24  
^ 12,8% 1T25 vs. 1T24

(em R\$ bilhões)

2,5	1,0	0,6	1,1
1T21	1T22	1T23	1T24

## Custo do crédito

1T25 **R\$9,0 bi** ^ 3,8 % 1T25 vs. 4T24  
^ 2,1 % 1T25 vs. 1T24

(em R\$ bilhões)

4,1	7,0	9,1	8,8
1T21	1T22	1T23	1T24

## Receita de serviços e resultado de seguros

1T25 **R\$13,8 bi** ^ 3,3 % 1T25 vs. 4T24  
^ 5,6 % 1T25 vs. 1T24

(em R\$ bilhões)

10,6	11,6	12,4	13,1
1T21	1T22	1T23	1T24

## Despesas não decorrentes de juros

1T25 **R\$15,8 bi** ^ 5,5 % 1T25 vs. 4T24  
^ 9,8 % 1T25 vs. 1T24

(em R\$ bilhões)

12,4	12,8	13,8	14,4
1T21	1T22	1T23	1T24

## Resultado recorrente gerencial

1T25 **R\$11,1 bi** ^ 2,2 % 1T25 vs. 4T24  
^ 13,9 % 1T25 vs. 1T24

(em R\$ bilhões)

6,4	7,4	8,4	9,8
1T21	1T22	1T23	1T24



## ... sem esquecer da gestão de risco

### Carteira de crédito<sup>1</sup>

Mar-25  
R\$1.383 bi

✓ **1,7 %**  
Mar-25 vs. Dez-24

^ **13,2 %**  
Mar-25 vs Mar-24

(em R\$ bilhões)

906	1.032	1.153	1.222
Mar-21	Mar-22	Mar-23	Mar-24

### NPL 90 dias com TVM

Mar-25<sup>2</sup>  
1,9%

✓ **0,1 p.p.**  
Mar-25 vs. Dez-24

(em %)

2,3	2,6	2,9	2,7
Mar-21	Mar-22	Mar-23	Mar-24

### Índice de capital nível 1

Mar-25  
14,1%

✓ **0,9 p.p.**  
Mar-25 vs. Dez-24

✓ **0,4 p.p.**  
Mar-25 vs Mar-24

(em %)

13,0	12,5	13,5	14,5
Mar-21	Mar-22	Mar-23	Mar-24

### Funding<sup>3</sup>

Mar-25  
R\$1.478 bi

✓ **2,5 %**  
Mar-25 vs. Dez-24

^ **8,0 %**  
Mar-25 vs Mar-24

(em R\$ bilhões)

1.089	1.111	1.301	1.369
Mar-21	Mar-22	Mar-23	Mar-24

### LCR<sup>4</sup>

Mar-25  
196,4%

✓ **24,9 p.p.**  
Mar-25 vs. Dez-24

^ **2,3 p.p.**  
Mar-25 vs Mar-24

(em %)

191	150	162	194
Mar-21	Mar-22	Mar-23	Mar-24

### NSFR<sup>5</sup>

Mar-25  
122,3%

^ **0,3 p.p.**  
Mar-25 vs. Dez-24

✓ **3,6 p.p.**  
Mar-25 vs Mar-24

(em %)

125	120	129	126
Mar-21	Mar-22	Mar-23	Mar-24

(1) Inclui garantias financeiras prestadas e títulos privados. (2) A partir do 4T24 o indicador de NPL90 considera crédito e TVM. Excluindo o efeito das vendas de créditos (mais detalhes no relatório "Análise gerencial da operação e demonstrações contábeis completas 1T25"). (3) Depósitos + Debêntures + Obrigações por TVM + Empréstimos e Repasses. (4) LCR - Liquidity Coverage Ratio; (5) NSFR - Net Stable Funding Ratio.

## Esperamos que continuemos com sólido desempenho...

**Consolidado**  
(critério Res. 4.966)

<b>Carteira de crédito total<sup>1</sup></b>	Crescimento entre <b>4,5%</b> e <b>8,5%</b>
<b>Margem financeira com clientes</b>	Crescimento entre <b>7,5%</b> e <b>11,5%</b>
<b>Margem financeira com o mercado</b>	Entre <b>R\$ 1,0 bi</b> e <b>R\$ 3,0 bi</b>
<b>Custo do crédito<sup>2</sup></b>	Entre <b>R\$ 34,5 bi</b> e <b>R\$ 38,5 bi</b>
<b>Receita de prestação de serviços e resultado de seguros<sup>3</sup></b>	Crescimento entre <b>4,0%</b> e <b>7,0%</b>
<b>Despesas não decorrentes de juros</b>	Crescimento entre <b>5,5%</b> e <b>8,5%</b>
<b>Alíquota efetiva de IR/CS</b>	Entre <b>27,0%</b> e <b>29,0%</b>

(1) Inclui garantias financeiras prestadas e títulos privados; (2) Composto por despesa de perda esperada, descontos concedidos e recuperação de créditos baixados como prejuízo; (3) Receitas de prestação de serviços (+) resultado de operações de seguros, previdência e capitalização (-) despesas com sinistros (-) despesas de comercialização de seguros, previdência e capitalização.



# ... explorando as potenciais avenidas de crescimento nos diversos negócios



## Pessoa Física - Maior principalidade e engajamento

One Itaú - uma das principais alavancas no curto prazo para intensificar o relacionamento com nossos clientes

Agenda Associativa – garantir uma prateleira completa de produtos e serviços

Beyond banking - prateleira de produtos para além de serviços financeiros



## Pessoa Jurídica - Intensidade de relacionamento

Aumento da base de clientes, principalmente nos clientes de menor faturamento, por meio de nova proposta comercial centrada na entrega de uma operação digital com oferta de valor específica

## Seguros

Potencial de crescimento do setor e aumento da penetração na nossa base de clientes PF e PJ com produtos próprios e de terceiros

Mais de 20 produtos e serviços comercializados em nossa plataforma aberta e mais de 15 empresas parceiras

## Corporate

Continuidade no processo de crescimento e manutenção da liderança do banco atacado tanto em crédito quanto em soluções de mercado de capitais



## Relações com investidores



(11) 2794-3547

| [ri@itau-unibanco.com.br](mailto:ri@itau-unibanco.com.br)

| [www.itau.com.br/relacoes-com-investidores/](http://www.itau.com.br/relacoes-com-investidores/)