

Itaú Unibanco lança Feito.Itaú, hub de conteúdo proprietário que amplia o acesso ao conhecimento financeiro e reforça o papel do banco como parceiro estratégico na vida das pessoas e empresas

Conteúdo proprietário que traduz a complexidade da gestão do dinheiro em decisões mais conscientes para pessoas, famílias, empresários e empreendedores tem participação de articulistas convidados e especialistas em temas relacionados às finanças

9 de fevereiro de 2026 — O Itaú Unibanco anuncia o lançamento do Feito.Itaú, hub proprietário de conteúdo editorial criado para ampliar o acesso à informação financeira e apoiar decisões mais conscientes de pessoas e empresas sobre dinheiro. Disponível ao público a partir de hoje no endereço feito.itaunet.com.br, a plataforma já reúne mais de 150 conteúdos organizados em diferentes editorias e integra a estratégia do banco de fortalecer o relacionamento com clientes por meio da tradução da evolução dos serviços bancários e digitais, da democratização da informação e do fomento ao bem-estar financeiro.

A iniciativa nasce em um momento de transformação profunda na relação da sociedade com o dinheiro. Impulsionada pela digitalização do mercado financeiro, pela ampliação do acesso a ferramentas de planejamento e pelo avanço da inteligência artificial, essa mudança tem levado as pessoas a assumirem um papel cada vez mais ativo na gestão da própria vida financeira.

O Feito.Itaú está conectado com um novo comportamento dos clientes, mapeado pela pesquisa recente “Consciência e Prosperidade: a nova relação do brasileiro com o dinheiro”, realizada pelo Itaú em parceria com o Grupo Consumoteca. O estudo indica que 67% dos brasileiros esperam que seus bancos sejam mais consultivos e que 53% desejam suporte para tomar decisões mais inteligentes.

“Para nós, a relação das pessoas com o dinheiro e com o banco deve permear conversas sobre escolhas, segurança, futuro e qualidade de vida. O que vemos hoje é uma sociedade mais interessada em entender, discutir e planejar sua vida financeira. O Feito.Itaú nasce para apoiar essa mudança cultural, ajudando a transformar o dinheiro em um tema mais acessível, cotidiano e relevante para famílias, empreendedores e empresas”, afirma Pâmela Vaiano, diretora de Comunicação Corporativa do Itaú Unibanco.

Conteúdo como ferramenta de autonomia financeira e principalidade

O Feito.Itaú foi concebido como um hub editorial que conecta informação, tecnologia e experiência do cliente, traduzindo a complexidade da inovação bancária e digital em

conteúdos acessíveis, relevantes e contextualizados no dia a dia das pessoas e das empresas. A iniciativa articula diferentes conversas do banco sobre bem-estar financeiro e prosperidade, além de ampliar o acesso a orientações que ajudam clientes a tomar decisões mais conscientes e inserir o dinheiro de forma leve nas conversas de família.

A plataforma reúne histórias, análises, explicações práticas e conteúdos educativos que abordam desde organização do orçamento doméstico e planejamento patrimonial até empreendedorismo, economia comportamental, tendências tecnológicas e transformações sociais que impactam o futuro das finanças.

Para estruturar essa conversa, o Feito.Itaú organiza sua produção em três territórios editoriais complementares. **Feito pra sua vida** aborda o cotidiano financeiro das pessoas e seus desafios, reforçando o banco como parceiro no planejamento e na realização de objetivos pessoais. **Feito pro seu negócio** dialoga com empreendedores e empresas que buscam crescer de forma estruturada e sustentável. Já **Feito de trends** traduz de forma simples os temas mais debatidos sobre comportamento, inovação, economia e transformações que moldam o futuro da sociedade e do mercado financeiro.

O hub, criado em parceria com a Barões Brand Publishing, contará com colunistas convidados e parcerias com especialistas e instituições reconhecidas, ampliando o debate sobre dinheiro, comportamento e transformação digital. Mensalmente, serão publicados cerca de 70 novos conteúdos.

“Ao longo dos últimos anos, ampliamos a forma como o banco se comunica sobre dinheiro, tornando o conteúdo uma ferramenta estratégica para apoiar decisões financeiras e trazer mais intimidade para a conversa. O Feito.Itaú consolida esse movimento ao reunir informação qualificada, curadoria editorial e diferentes vozes em um mesmo ambiente, com o objetivo de traduzir a evolução dos serviços financeiros e aproximar esse conhecimento do cotidiano das pessoas”, afirma Vaiano.

Tradução da inovação financeira e da inteligência artificial generativa

O lançamento do hub ocorre em um momento em que a tecnologia redefine a forma como as pessoas interagem com o dinheiro. A evolução da inteligência artificial generativa, a expansão das funcionalidades do Superapp do Itaú e o uso de dados para personalização de experiências vêm ampliando as possibilidades de planejamento, controle e organização financeira.

Segundo a pesquisa do Itaú com a Consumoteca, dois em cada três brasileiros desejam contar com a inteligência artificial como apoio para tomar decisões financeiras mais conscientes. O

comportamento revela uma nova relação com a tecnologia, marcada pela busca de autonomia combinada com orientação consultiva, posicionando a inovação como suporte para escolhas mais embasadas.

Plataforma transversal que conecta comunicação, negócios e experiência do cliente

O Feito.Itaú integra o ecossistema proprietário de comunicação do banco e terá distribuição conectada a diferentes canais, incluindo o Superapp do Itaú, CRM e estratégias orgânicas de busca e inteligência de dados. A plataforma foi concebida como um ambiente transversal, que conecta diferentes áreas do banco e fortalece a construção de relacionamento contínuo com clientes.

Nesse modelo, o conteúdo passa a atuar como elo entre informação, serviços financeiros, produtos e experiência, contribuindo para ampliar a principalidade na relação com o banco e apoiar decisões financeiras ao longo de toda a jornada dos clientes.