

Itaú Unibanco lança ia.i, nova experiência conversacional que levará a IA generativa a todos os produtos e serviços do banco

- *Novidade que permite que clientes interajam com o banco em linguagem natural para tirar dúvidas, tomar decisões e realizar transações já está disponível para 300 mil pessoas e chegará a 100% dos clientes até o final de 2026;*
- *Lançamento é resultado da estratégia AI First do Itaú, que utiliza inteligência artificial para transformar a experiência de clientes e colaboradores*

Julho de 2026 – O avanço da inteligência artificial está transformando a forma como as pessoas acessam informação, tomam decisões e se relacionam com empresas. Depois do mobile banking, a inteligência artificial inaugura uma nova fronteira da experiência financeira. Uma fronteira em que conversas, contexto e individualização passam a ser fundamentos centrais. É nesse contexto que o Itaú Unibanco apresenta a ia.i (Inteligência Artificial Itaú), sua nova experiência conversacional baseada em inteligência artificial, que marca uma nova etapa na evolução da experiência bancária ao permitir que os clientes se relacionem com o banco a partir de suas necessidades, objetivos e dúvidas em linguagem natural.

A novidade reúne os dados, o conhecimento financeiro, a fronteira de experiência digital, os modelos de IA e a capacidade de contexto construídos pelo banco ao longo dos últimos anos para oferecer uma nova experiência conversacional que permite aos clientes acessar essa inteligência de forma simples, natural e integrada.

O lançamento é resultado de uma trajetória iniciada em 2024, quando o Itaú introduziu, de forma pioneira, as primeiras capacidades da Inteligência Itaú para apoiar necessidades financeiras específicas dos clientes. Desde então, o banco vem ampliando gradualmente o uso da inteligência artificial em diferentes jornadas, incorporando novas formas de orientação, atendimento e interação. Ao longo do último ano, o banco avançou em soluções que abriram caminho para essa nova fase, com os lançamentos do Pix no WhatsApp, da Inteligência Itaú para Investimentos, do Itaú Emps, focado em pequenos empreendedores, e da maquininha Laranjinha+ com GenAI.

Agora, por meio da ia.i, a experiência será ampliada para poder interagir sobre todos os temas relacionados à vida financeira do cliente, embarcando capacidades que envolvem conta corrente, crédito, cartões, seguros e outros serviços. Desta forma, o Itaú passa a oferecer uma camada conversacional completa, que concentra em um único ambiente diferentes interações relacionadas a produtos e serviços do ecossistema bancário. Essa camada conversacional nasce com a possibilidade de conectar o cliente com o apoio humano especializado sempre que necessário. A nova experiência já está disponível para cerca de 300 mil clientes e será ampliada gradualmente ao longo dos próximos meses. A expectativa é alcançar cerca de 3 milhões de clientes até setembro e disponibilizar a experiência para toda a base até o final de 2026.

A novidade permite que o cliente peça informações, execute comandos e tire dúvidas de forma natural, por voz ou texto, acessando o atalho da Inteligência Itaú diretamente na página inicial

do aplicativo. A experiência foi desenvolvida para que a conversa seja simples, fluida e próxima, adaptada ao tom de voz de cada pessoa. Em vez de começar pela busca de uma funcionalidade específica, o cliente pode simplesmente dizer o que precisa. Cabe à ia.i compreender a intenção do cliente, considerar seu histórico de relacionamento, contexto financeiro, objetivos e momento de vida, conectando diferentes capacidades da Inteligência Itaú para oferecer informações, orientações e serviços de forma simples e contextualizada.

Embora a conversa seja o ponto de partida da experiência, a navegação convencional continua tendo um papel importante. A ia.i foi desenvolvida para combinar linguagem natural e interação por clique em uma mesma jornada, direcionando o cliente para funcionalidades do aplicativo sempre que essa for a forma mais eficiente de concluir uma ação. A proposta é unir a profundidade da conversa à praticidade da navegação digital, criando experiências híbridas que se adaptam à necessidade de cada momento.

A solução foi construída sobre três princípios centrais que podem redefinir a relação dos brasileiros com os serviços financeiros: interatividade, permitindo conversas mais naturais e capazes de apoiar decisões; multimodalidade, combinando texto, voz, imagem e clique em uma mesma experiência; e individualização, com respostas adaptadas ao contexto, às necessidades e ao momento de vida de cada cliente.

No lançamento, a ia.i já apoia interações relacionadas à compreensão da vida financeira do cliente, ao conhecimento de produtos e serviços do banco, à gestão financeira do dia a dia e a jornadas transacionais como Pix. Os clientes podem escrever ou falar para interagir com o banco e receber respostas contextualizadas com base em seu relacionamento, objetivos e necessidades financeiras. Pela primeira vez, intenção, orientação e ação passam a acontecer dentro da mesma experiência.

“A inteligência artificial está ajudando a redefinir a forma como as pessoas se relacionam com serviços financeiros. Ao longo da última década, o mercado foi construindo aplicativos cada vez melhores. A próxima fronteira é construir uma relação melhor. A ia.i nasce dessa visão. Ela permite que o cliente comece pela sua necessidade, transformando a conversa em uma nova forma de compreender, orientar e apoiar decisões financeiras. No fundo, estamos criando uma nova forma de os Brasileiros se relacionarem com o dinheiro”, afirma João Araújo, diretor de Estratégia, Ciclo de Vida do Cliente e Inteligência Artificial do Itaú Unibanco. “Acreditamos que podemos liderar essa transformação ao combinar um conjunto de ativos que são muito proprietários do Itaú e constituem um diferencial de mercado: a confiança das pessoas; a segurança reconhecida do Itaú; um profundo conhecimento dos nossos clientes; com décadas de relacionamento conosco, e o domínio tecnológico para criar experiências cada vez mais relevantes”, finaliza.

Com essa atualização, a Inteligência Itaú passa a operar de forma ainda mais ampla, integrada a diversos produtos e fluxos do aplicativo. A evolução da plataforma também marca a transição para uma experiência mais consultiva e contextual, na qual a conversa passa a ajudar a organizar a jornada do cliente e cria a experiência em tempo real. À medida que é utilizada, a ia.i torna suas recomendações cada vez mais relevantes, fortalecendo uma relação baseada em contexto, orientação e confiança.

O lançamento acontece em uma primeira fase e a plataforma continuará evoluindo ao longo dos próximos meses. Entre as capacidades previstas para as próximas etapas estão recursos relacionados à simulação e contratação de produtos, além de análises financeiras recorrentes sobre receitas, despesas e hábitos financeiros dos clientes.

65% dos brasileiros já gostariam de contar com IA como copiloto financeiro

O propósito da solução é simplificar a relação do cliente com o dinheiro e transformar o aplicativo em um ambiente onde dúvidas, objetivos e decisões financeiras possam ser tratados de forma mais natural. A proposta dialoga diretamente com tendências identificadas na pesquisa "Consciência e prosperidade: a nova relação do brasileiro com o dinheiro", realizada pelo Itaú em parceria com o Grupo Consumoteca.

Segundo o estudo, 80% dos brasileiros querem organizar melhor a vida financeira e buscam apoio mais assertivo para tomar decisões. Além disso, 65% afirmam que gostariam de contar com tecnologias que funcionem como um copiloto financeiro, oferecendo orientação contínua. O levantamento também mostra que 77% associam prosperidade a equilíbrio e planejamento, reforçando a necessidade de ferramentas que tornem o tema mais simples e acessível.

O lançamento da ia.i acontece após anos de investimentos em dados, governança e inteligência artificial. Ao longo desse período, o Itaú estruturou capacidades voltadas à qualidade e proteção de dados, monitoramento contínuo dos modelos, uso responsável da tecnologia e desenvolvimento de plataformas próprias para IA. Essa base sustenta a evolução de novas experiências digitais e permite que o banco desenvolva soluções em escala com segurança, privacidade e critérios claros de governança.

“A ia.i vem para responder exatamente a esse comportamento que temos ouvido dos nossos clientes: o desejo por uma experiência financeira mais simples, acolhedora e alinhada ao ritmo de cada pessoa. É uma tecnologia que apoia, orienta e dá clareza, sem substituir o protagonismo do cliente em suas próprias decisões, e mantendo os padrões éticos, de segurança e de confiança, além do uso responsável de dados que adotamos em todas as nossas soluções de inteligência artificial”, diz **Carlos Eduardo Mazzei, diretor de Tecnologia do Itaú Unibanco**.

A capacidade de liderar essa nova etapa da experiência financeira está apoiada em diferenciais construídos ao longo de décadas: a confiança dos clientes na marca Itaú, o profundo conhecimento gerado pelo relacionamento com milhões de brasileiros e uma base tecnológica capaz de escalar experiências de inteligência artificial com segurança, governança e responsabilidade. É a combinação desses elementos que permite ao banco transformar avanços tecnológicos em soluções relevantes para a vida financeira das pessoas.

A estratégia AI First do Itaú

O lançamento da ia.i é uma das expressões mais visíveis da estratégia AI First do Itaú. O objetivo é utilizar a IA como uma capacidade transversal para compreender necessidades, apoiar decisões e evoluir continuamente a experiência dos clientes. A mesma inteligência que sustenta a ia.i também apoia colaboradores e diferentes áreas do banco. A estratégia do Itaú prevê uma mesma camada de inteligência aplicada a clientes, especialistas e negócios, permitindo ampliar

a qualidade das decisões, orientações e experiências oferecidas em diferentes pontos de contato.

A aplicação da ia.i aos colaboradores reúne informações, conhecimento e contexto em uma única experiência, apoiando especialistas e equipes de atendimento na compreensão das necessidades de cada cliente. A tecnologia reduz atividades operacionais, amplia a capacidade de análise e permite conversas mais consultivas, personalizadas e alinhadas ao momento de vida de cada pessoa. A expectativa é que a implantação resulte em três vezes mais tempo disponível para relacionamento com clientes, atendimento até duas vezes mais rápido e até três vezes mais efetividade nas conversas.

Para os clientes, isso significa uma experiência integrada entre canais digitais, especialistas e gerentes, com mais continuidade, contexto e capacidade de resolver necessidades financeiras. Para os colaboradores, significa mais capacidade de análise, mais contexto para apoiar decisões e mais tempo dedicado ao relacionamento humano. A proposta é combinar autonomia digital, inteligência artificial e atendimento especializado em uma experiência única e conectada.

Em conjunto, as aplicações da ia.i para especialistas, gerentes e atendentes refletem uma nova etapa da evolução do Itaú. Ao combinar inteligência artificial, contexto financeiro e relacionamento humano, o banco consolida um modelo capaz de compreender necessidades, apoiar decisões e construir experiências cada vez mais relevantes ao longo da vida financeira das pessoas.

Comunicação Corporativa – Itaú Unibanco

imprensa@itau-unibanco.com.br