

## Itaú Unibanco obtiene beneficio de R\$7,4 mil millones en el primer trimestre de 2022

*Resultado es un 15% superior al del mismo período del año anterior y refleja consistencia en la estrategia y la performance sostenible del banco*

**São Paulo, 9 de mayo** – Itaú Unibanco registró un resultado recurrente de R\$7,4 mil millones en el primer trimestre de 2022, un aumento del 15% respecto al mismo período del año anterior, y un retorno recurrente sobre el patrimonio neto promedio anualizado del 20,4%. Entre los factores que más influyeron en los resultados están el crecimiento del margen financiero con clientes, impulsado por un volumen de crédito más elevado y el cambio de *mix* de productos, con más crecimiento relativo de productos con mejores *spreads* y aumento de los ingresos con tarjetas, debido a una facturación mayor.

En R\$ millones (excepto donde se indique de otra forma)	1T22	1T21	%	4T21	%
Resultado Recurrente de Gestión	7.361	6.398	15%	7.159	2,8%
Retorno Recurrente de Gestión sobre el Patrimonio Neto Promedio anualizado	20,4%	18,5%	1,9 p.p.	20,2%	0,2 p.p.
Cartera de Crédito Total Ajustada <sup>1</sup>	1.032.240	906.354	13,9%	1.027.158	0,5%
Índice de Morosidad (90 días) – Total	2,6	2,3%	0,3 p.p.	2,5%	0,1 p.p.

*“La transformación digital y cultural de Itaú Unibanco sigue a un ritmo acelerado, sin dejar de entregar resultados consistentes. Además de todos los esfuerzos internos para apoyar la jornada de evolución de nuestro negocio, intensificamos las inversiones en adquisiciones y alianzas, lo que nos permitirá llevar a cabo esa transición a la velocidad que nuestros clientes demandan y el mundo actual exige.”*

**Milton Maluhy Filho**  
Presidente de Itaú Unibanco

El costo del crédito sumó R\$7,0 mil millones en el primer trimestre de 2022, un aumento del 69,5% si se compara con el mismo trimestre del año pasado. Ese aumento se produjo por el crecimiento del 57,8% en gastos de provisión para créditos de liquidación dudosa (PDD, por sus siglas en portugués), en razón de la expansión de la cartera de crédito minorista a lo largo del período.

La cartera de crédito total<sup>1</sup> creció un 13,9% frente al primer trimestre de 2021, y en marzo de 2022 alcanzó la cifra de R\$ 1.032,2 mil millones. En cuanto a la cartera de personas físicas, el aumento está relacionado con los volúmenes de líneas asociadas a crédito garantizado, como inmobiliario (44,5%), y también de otras líneas, como tarjeta de crédito

(41,4%), si se compara con el mismo período de 2021.

<sup>1</sup> Incluye garantías financieras prestadas y títulos privados.

Los ingresos por servicios y seguros crecieron un 9,6% en el primer trimestre de 2022 en comparación con el mismo período de 2021, impulsados por la expansión de los ingresos con tarjeta de crédito y débito, tanto en emisión como en acreditación y en más ingresos por tarifas de cuenta corriente, sobre todo en el segmento de pequeñas y medianas empresas. Además, el aumento de primas obtenidas contribuyó al crecimiento del 24,1% de los resultados de seguros en ese mismo período.

Los gastos no resultantes de intereses fueron de R\$12,8 mil millones en el primer trimestre de 2022, un aumento del 2,9% respecto al mismo período del año anterior, al paso que la inflación acumulada fue del 11,3%. El programa de eficiencia del banco ha contribuido de forma decisiva a esa performance. En ese sentido, el índice de eficiencia (acumulado en los doce últimos meses) mejoró 3,8 puntos porcentuales en comparación con el mismo trimestre del año anterior, lo que indica aumentos de productividad gracias a la inversión continua en tecnología, y alcanzó el nivel más bajo desde 2016.

*“Los resultados del primer trimestre de 2022 demuestran la consistencia de nuestro desempeño y la sostenibilidad de la performance del banco incluso en un escenario desafiador. Tras un 2021 de importante recuperación, reunimos todas las condiciones para atravesar 2022 manteniendo un balance sumamente robusto gracias a un aprovisionamiento adecuado y al compromiso con una gestión enfocada en la eficiencia y la entrega de la mejor atención a nuestros clientes.”*

**Alexandro Broedel**  
CFO de Itaú Unibanco

La relevancia de los medios digitales para atraer y atender a los clientes del banco sigue al alza. Este trimestre se obtuvieron 5,7 millones de clientes digitalmente, un crecimiento del 55% comparado al primer trimestre de 2021. Además, el 66,1% de las

contrataciones de productos por personas físicas se efectuaron digitalmente. La satisfacción de los usuarios de los canales digitales medida a través del NPS (*net promoter score*) de la Super App (canal *mobile* para persona física) sigue en un nivel muy elevado, 70 puntos. Actualmente, iti ya tiene más de 16,7 millones de clientes –2,1 millones de ellos conseguidos en el primer trimestre de 2022.

En abril de 2022, el banco anunció la captación de R\$1.000 millones en Letras Financieras Verdes en el mercado local con International Finance Corporation (IFC). Se trata de la primera operación de Letra Financiera Verde de Itaú Unibanco y la primera vez que IFC utiliza ese instrumento en Brasil. Los recursos se utilizarán para apoyar el financiamiento de vehículos eléctricos, híbridos y multicomcombustible.

En abril de este año, Itaú Unibanco captó US\$62,5 millones en el exterior vía *private placement* verde. Se trata del primer *green bond* del banco bajo su Sustainability Finance Framework, documento que define las directrices para emitir títulos verdes, sociales y sostenibles. Esas captaciones forman parte de la estrategia ESG de Itaú Unibanco de fomentar una economía de bajo carbono y reducir los efectos de los cambios climáticos.

Véase más información sobre los resultados de Itaú Unibanco en el sitio de Relaciones con Inversores de Itaú Unibanco: [www.itaú.com.br/relacoes-com-investidores](http://www.itaú.com.br/relacoes-com-investidores).

**Comunicación Corporativa – Itaú Unibanco**  
[imprensa@itaú-unibanco.com.br](mailto:imprensa@itaú-unibanco.com.br)