

Crédito do Itaú BBA para médias empresas gera R\$ 105 bilhões em PIB por ano

Pesquisa da Fundação Getulio Vargas (FGV) demonstra que empresas clientes ampliam sua atuação no comércio exterior, com aumento de cerca de 70% nas exportações; avançam em inovação, com alta de 126% em patentes; e elevam o acesso ao mercado de capitais, com crescimento superior a 200% na probabilidade de abertura de capital

São Paulo, 7 de abril de 2026 – O Itaú BBA, em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV), elaborou o estudo **“Empresas que crescem: o impacto do relacionamento financeiro no desempenho das médias empresas”**, que analisa como o relacionamento com um banco que oferece um amplo portfólio de produtos e serviços pode ter papel determinante no desempenho econômico das empresas de médio porte e gerar impactos agregados à economia. No Itaú BBA, o segmento Middle Market contempla empresas com faturamento anual a partir de R\$ 50 milhões e atende cerca de 20 mil grupos econômicos. A pesquisa compara, entre 2019 e 2024, empresas clientes e não clientes para avaliar, em três eixos: inserção internacional, inovação e expansão, de que forma o banco contribui para a reorganização financeira, apoia decisões estratégicas e viabiliza operações no mercado.

A pesquisa indica impacto médio anual de R\$ 105 bilhões no Produto Interno Bruto (PIB), R\$ 49 bilhões na renda das famílias e R\$ 34 bilhões na arrecadação de impostos. A metodologia utiliza um modelo de insumo-produto e dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que representam a estrutura da cadeia produtiva brasileira, combinados a dados de crédito do Itaú BBA. Os impactos estimados incluem os efeitos diretos sobre as empresas clientes do banco, bem como os efeitos indiretos e induzidos ao longo da cadeia produtiva, como sobre fornecedores e outros negócios ligados a essas empresas.

A região Sudeste concentrou 59% dos impactos econômicos, com efeito de R\$ 62 bilhões no PIB. Na sequência, aparecem as regiões Sul (21%), com R\$ 22 bilhões no PIB; Nordeste (10%), com R\$ 11 bilhões; Centro-Oeste (6%), com R\$ 7 bilhões; e Norte (4%), com R\$ 4 bilhões.

“O relacionamento com uma instituição bancária ativa e dotada de um amplo portfólio de produtos e serviços revela-se um fator relevante para o sucesso econômico das empresas. Ademais, seus efeitos transcendem o nível individual das empresas, contribuindo positivamente para a dinâmica e o desempenho da economia como um todo”, explica Daniel da Mata, professor da FGV que liderou a pesquisa.

Apoio especializado impulsiona resultados e se consolida como fator de sucesso

Os resultados indicam que empresas clientes do banco têm maior probabilidade de **exportar** e **importar** em relação às não clientes. Na comparação com o período anterior ao início do relacionamento, os efeitos correspondem a aumentos de aproximadamente 70% nas exportações e 47% nas importações, com elevação de cerca de 3 pontos percentuais na probabilidade de exportar e de 4 pontos percentuais na de importar. A maior inserção internacional

torna-se diferencial estratégico ao estar associada a ganhos de produtividade e competitividade, além de ampliar a capacidade produtiva por meio da importação de insumos.

No campo da **inovação**, empresas clientes passam a registrar mais marcas e patentes. Os resultados indicam alta de cerca de 126% no registro de patentes e de 29% em marcas, em termos relativos, além de aumento de 0,8 ponto percentual na probabilidade de registro de patentes e de 0,9 ponto percentual na de marcas. Esse avanço no registro de patentes está associado a ganhos relevantes de produtividade e valor de mercado.

A pesquisa também aponta diferenças nos indicadores de **expansão**. A probabilidade de abertura de capital cresce mais de 200%, enquanto a emissão de dívida corporativa avança cerca de 150%. Após o início do relacionamento bancário, empresas clientes passam a ter, em média, uma filial a mais do que o grupo de controle. O acesso ao mercado de capitais, seja por meio de equity ou dívida, está associado à maior disciplina financeira, ao fortalecimento da governança e à diversificação de fontes de financiamento ao longo do ciclo econômico.

“As médias empresas têm ampliado sua relevância no crescimento econômico brasileiro, mesmo em um ambiente externo mais dinâmico e competitivo. Esse avanço exige estruturação, disciplina na gestão de riscos e decisões consistentes de crescimento. Nesse contexto, o Itaú BBA tem um importante papel consultivo e estratégico na alocação de capital e no apoio à estratégia das empresas, com reflexos que podem ser medidos no desempenho de longo prazo”, afirma Fábio Villa, diretor comercial responsável pelo Middle Market, Corporate Banking, Multinacionais e Tech Companies.

Metodologia

A FGV conduziu uma análise com metodologia sólida a partir do cruzamento de dados do próprio banco com quatro fontes públicas oficiais: Receita Federal, Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Secretaria de Comércio Exterior. A base do Itaú BBA incluía mais de 60 mil empresas clientes, com faturamento até R\$ 300 milhões. A análise contemplou informações de 2019 a 2024 nos eixos de inserção internacional, inovação e expansão e de 2020 a 2024 na análise dos impactos econômicos.

Para isolar o impacto do relacionamento bancário do Itaú BBA sobre o desempenho das empresas de médio porte, mitigando potenciais vieses de seleção, o estudo da FGV utilizou três abordagens complementares. A primeira é o matching 1:1, na qual cada empresa cliente foi pareada com uma empresa “gêmea” não cliente, do mesmo setor, município, porte e ano de fundação. Essa abordagem permite atribuir com maior precisão as diferenças observadas ao relacionamento com o banco, reduzindo a influência de outras características das empresas.

Outra abordagem verificou as diferenças-em-diferenças, comparando ao longo do tempo empresas que iniciaram relacionamento com o Itaú BBA em momentos distintos, para controlar os efeitos macroeconômicos e dinâmicas externas. Quando as linhas do tempo são alinhadas, em relação ao início do relacionamento, o estudo identifica com precisão os efeitos causais do vínculo bancário, evitando atribuir os resultados aos choques externos ou características preexistentes dessas empresas. Por fim, a matriz de insumo-produto usa os dados do IBGE para calcular efeitos

agregados do crédito sobre PIB, emprego, renda e arrecadação, incluindo os impactos indiretos em cadeias produtivas.

Comunicação Corporativa – Itaú Unibanco

imprensa@itau-unibanco.com.br