



Karola_G_de_Pexels_CANVA

FIDELIZAR CLIENTES

CRÉDITO COM MARCA PRÓPRIA GANHA FORÇA COMO ESTRATÉGIA DE RETENÇÃO

Empresas de varejo, educação e serviços ampliam oferta de crédito próprio para fidelizar clientes e aumentar recorrência; infraestrutura especializada sustenta avanço com governança regulatória

Em um cenário de margens pressionadas, aumento do custo de aquisição de clientes e maior competitividade digital, empresas de varejo, educação e serviços vêm adotando o crédito com marca própria como estratégia central de retenção e aumento de recorrência. O movimento, impulsionado pelo avanço do embedded finance no Brasil, deve ganhar ainda mais força em 2026.

Mais do que uma nova fonte de receita, o crédito próprio tem se consolidado como ferramenta de fidelização. Ao integrar a oferta financeira à jornada de compra, empresas conseguem ampliar ticket médio, estimular recompra e fortalecer relacionamento com a base.

A Ukamsoft, infraestrutura tecnológica especializada em operações de crédito próprio com governança, acompanha de perto essa transformação. Em 2025, a plataforma processou aproximadamente R\$ 3,4 bilhões em contratos pagos. Para 2026, a projeção é atingir cerca de R\$ 9 bilhões em contratos liquidados, impulsionada pela entrada de novos clientes e pela maturidade das operações já integradas.

Segundo Uilan Coqueiro, CEO da Ukamsoft, o crédito deixou de ser apenas um produto financeiro e passou a ser ferramenta estratégica de crescimento. “Empresas entenderam que oferecer crédito próprio



Uilan Coqueiro

não é apenas monetização, mas retenção e aumento de lifetime value. Quando bem estruturado, o crédito passa a ser parte da estratégia comercial, não um apêndice financeiro”, afirma.

Crédito próprio sem virar banco

Apesar do potencial, estruturar uma operação de crédito envolve desafios regulatórios e operacionais relevantes. A necessidade de aderência às normas

do Banco Central do Brasil, integração com birôs de crédito, monitoramento de carteira e governança antifraude exige infraestrutura robusta.

É nesse contexto que surgem modelos de infraestrutura como o da Ukamsoft, que conecta empresas não financeiras a SCDs e bancos parceiros, permitindo a oferta de crédito com marca própria sem que a empresa precise se tornar uma instituição financeira.

Na prática, a empresa fornece APIs, motor de decisão, onboarding digital, esteiras de crédito customizadas e gestão de carteira, enquanto o parceiro financeiro responde pelo lastro da operação. A arquitetura garante rastreabilidade integral, trilhas auditáveis e conformidade desde a origem do contrato.

“Empresas entenderam que oferecer crédito próprio não é apenas monetização, mas retenção e aumento de lifetime value. Quando bem estruturado, o crédito passa a ser parte da estratégia comercial, não um apêndice financeiro”

“A grande mudança do mercado é que hoje a governança deixou de ser diferencial e passou a ser pré-requisito. Empresas querem crescer com segurança regulatória e previsibilidade operacional”, explica Uilan.

Tendência de consolidação em 2026

Com cinco clientes ativos em 2025, todos com operações recorrentes, a expectativa é que a base alcance entre 20 e 25 empresas ao longo de 2026, refletindo a consolidação do crédito próprio como ferramenta estratégica nos setores de varejo, educação e serviços.

O avanço acompanha a maturidade do embedded finance no país, que deixa de ser apenas inovação e passa a compor a estratégia estrutural de crescimento de empresas não financeiras.

“Estamos vendo uma mudança estrutural. O crédito está se tornando parte da jornada de relacionamento com o cliente. Quem souber estruturar bem essa oferta terá vantagem competitiva relevante nos próximos anos”, conclui.

