

Por Heverton Peixoto

Houve um tempo em que o consumidor brasileiro conseguia distinguir claramente sua rede varejista de preferência e seu banco de relacionamento. Havia uma delimitação clara sobre a atuação de uma empresa com bens de consumo e outra com produtos financeiros.

Hoje é praticamente impossível. Os dois mercados estão cada dia mais interconectados. Há casos de instituições financeiras que entraram no segmento de varejo e conseguiram, levando opções de proteção e garantia aos consumidores, ter escala e sucesso nos negócios de assistência, gerando ainda mais credibilidade e fidelização do relacionamento junto aos consumidores.

Bancos modernos, como o [Inter](#), contam com presença sólida em atividades varejistas. [No quarto trimestre do ano passado, o Inter Shop - uma plataforma com grandes marcas do varejo e vantagens para acesso a diversos produtos](#) - superou R\$ 3 bilhões em vendas em 2021. O triplo do mesmo período no ano anterior.

**[Leia aqui na íntegra.](#)**

**Fonte:** Money Times, em 05.07.2022