

CX FINTECH

NPS Competitivo Individuos México 25Q4

Diciembre 2025



Agenda

- 1. Evolución NPS Competitivo**
- 2. Evolución de MAUs y Principalidad**
- 3. Batallas 2026**
- 4. Anexo**

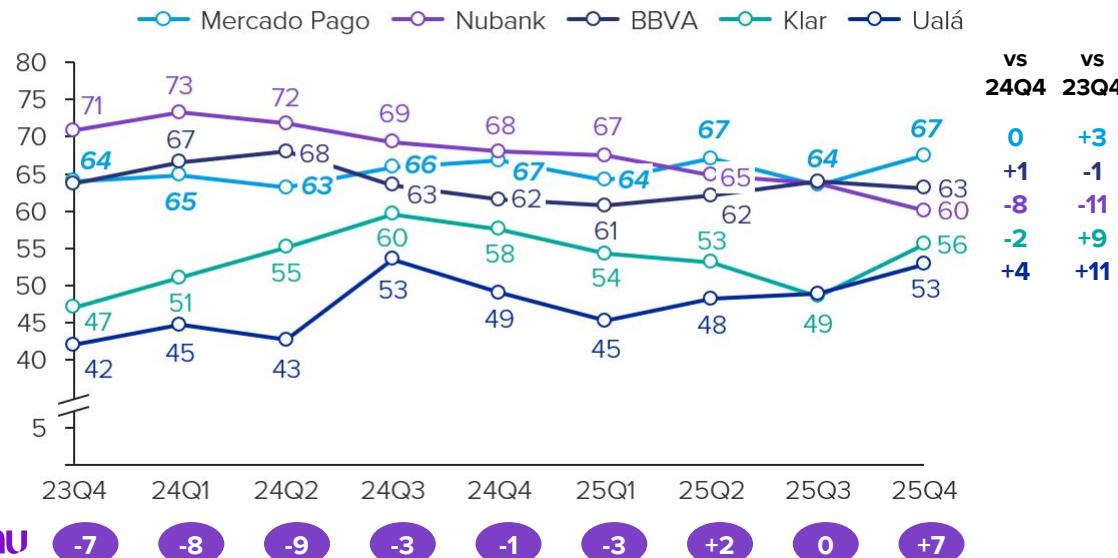


Mercado Pago se posiciona como líder en experiencia y gap vs. Nubank pasa de Op.p. a +7p.p.; NPS Mercado Pago +3p.p. principalmente por recupero en usuarios de Credits



NPS Nubank -4p.p. por caída en usuarios que declaran usar tarjeta de crédito y/o préstamos

[NPS Competitivo - Individuos con saldo¹]



Principales conclusiones

Mercado Pago: NPS +3p.p., (i) ~2p.p. por +6p.p. NPS en usuarios que usan Credits 42% de la base tras re-evaluaciones de línea a ~5,4M de usuarios durante 25Q4 (ii) ~1p.p. por recuperación parcial de valoración positiva de seguridad (85% a 87%) tras caída en 25Q1

Nubank: NPS -4p.p., (i) ~-3p.p. por -7p.p. de NPS en usuarios que usan productos de Financiamiento (~55% de la base) por disminución en los límites declarados de oferta

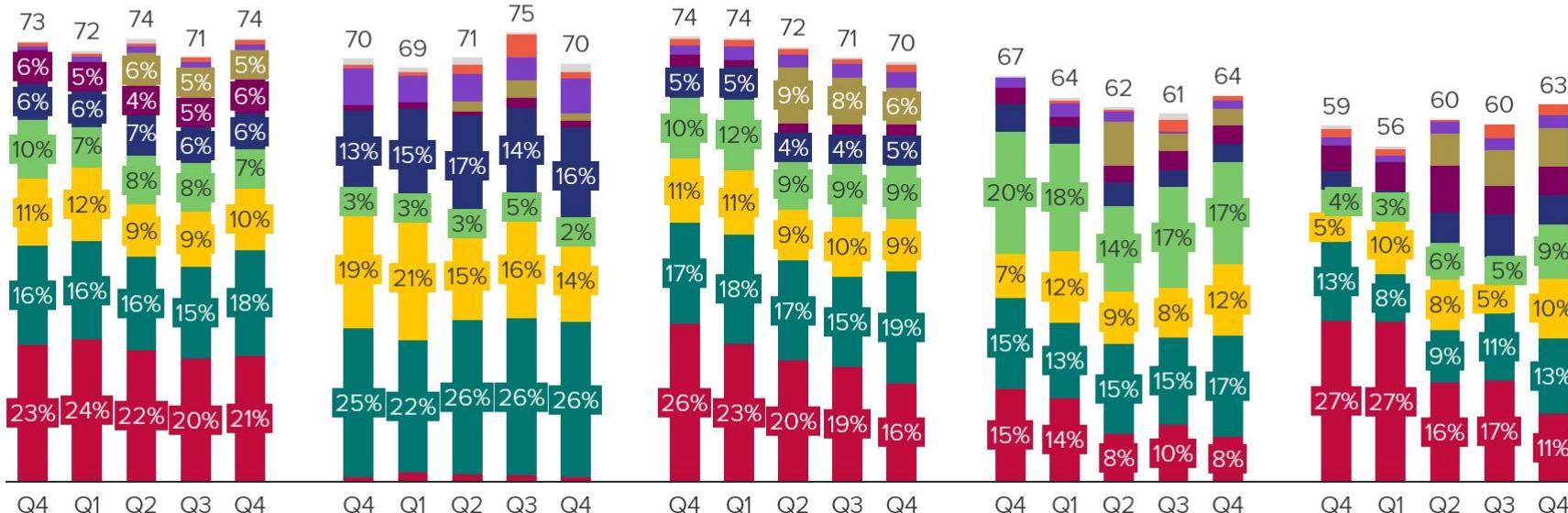
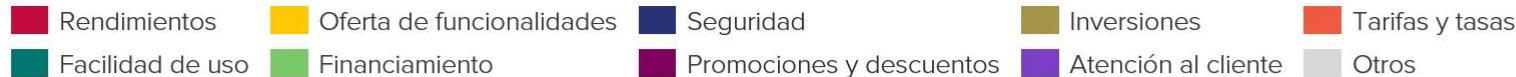
BBVA: NPS -1p.p. (i) ~-5p.p. tras lanzamiento de nueva aplicación impulsada por IA, aumentando quejas por Complejidad compensado por otros motivos atomizados

1. Se considera en el segmento 'individuos' a aquellos usuarios que no utilizan la cuenta para cobrar sus ventas
 2. Objetivo 25Q4: [GAP vs. NU = +2p.p.]

Rendimientos es lo más valorado en Mercado Pago; mientras que Facilidad de uso en el resto de los competidores



[Evolución motivos de promoción¹ - Individuos con saldo]



BBVA

nu

Klar

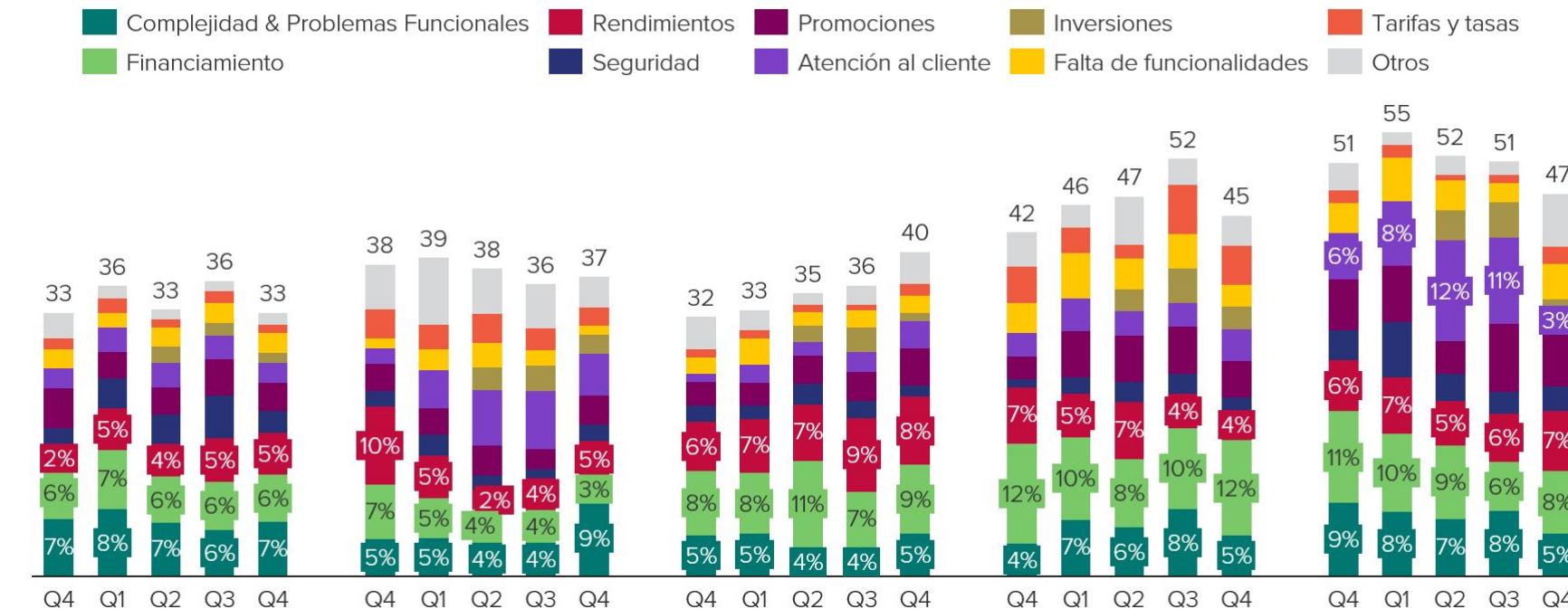
ualá

1. A partir de 25Q2 se agregó el motivo 'Inversiones'



Complejidad & Problemas funcionales, Financiamiento y Rendimientos son los principales motivos de queja cross competidor

[Evolución quejas¹ (puntos de NPS perdidos) por motivo² - Individuos con saldo]



BBVA

nu

Klar

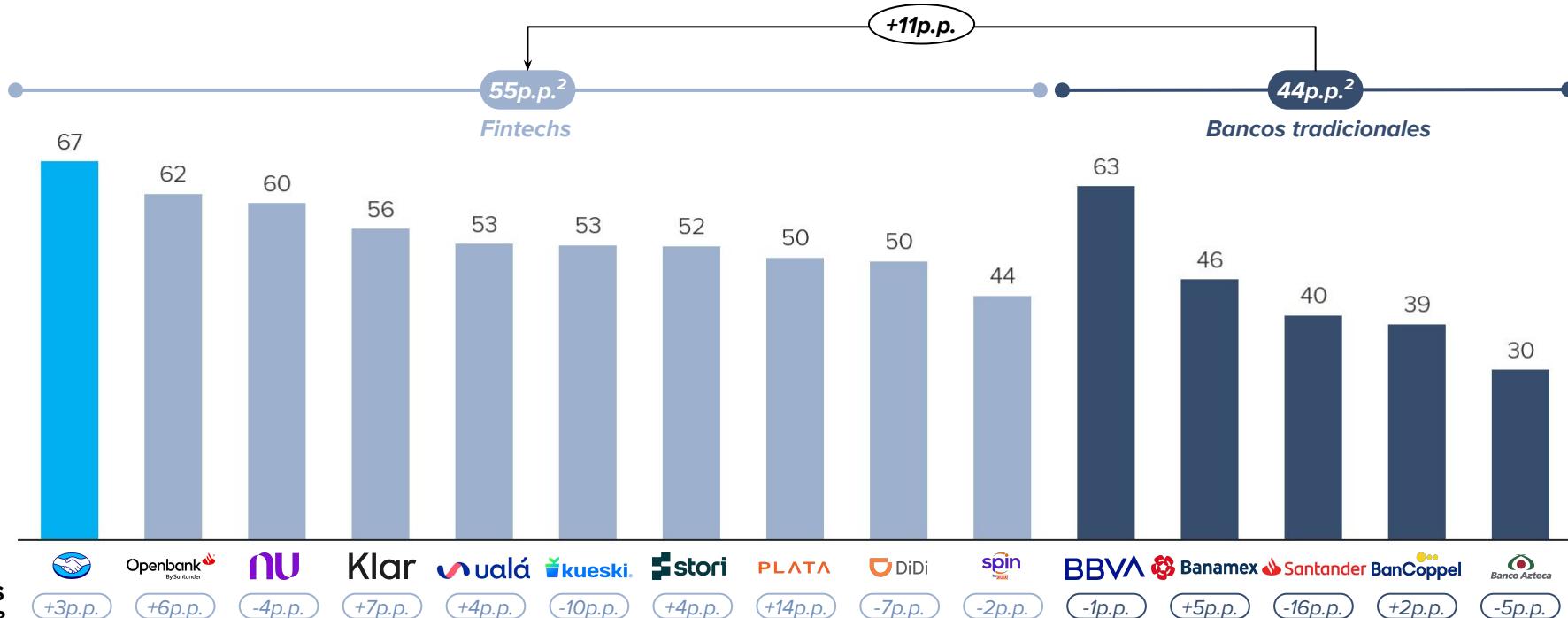
ualá

1. Motivos de detracción X2 + neutros | 2. A partir de 25Q2 se agregó el motivo 'Inversiones' | Retagüeado en Mercado Pago y Nubank

Fintechs con +11p.p. de NPS vs Bancos Tradicionales; Mercado Pago lidera en Fintechs con 67p.p. de NPS; BBVA lidera en Bancos Tradicionales con 63p.p.



[NPS Competitivo – Individuos¹ con saldo 25Q4]



1. Se considera en el segmento 'individuos' a aquellos usuarios que no utilizan la cuenta para cobrar sus ventas

2. Promedio lineal de NPS del segmento

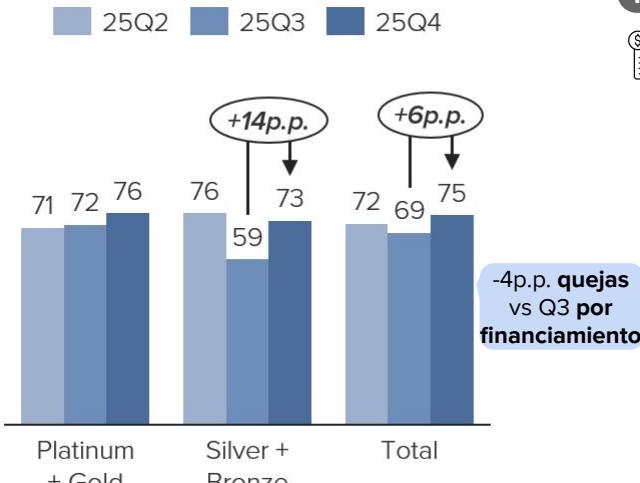
NPS usuarios que declaran usar credits en Mercado Pago se recupera vs 25Q3, luego de la re-evaluación de condiciones de crédito



Data Competitiva

Recupera el NPS usuarios Silver y Bronze que usan credits en 25Q4

[NPS quienes declaran utilizar credits por NSE¹]



Penetración declarada³ 45% 44% 42%

Data Real

En noviembre se re-evaluaron ~5,4M línea de crédito

Re-evaluación 10-Nov-25²



~5,4M líneas impactadas (de los cuales ~2,6M sacaron un BNPL en 25Q4)

- ~20% tuvo una **mejora de TNA** (por lo menos 10p.p. mejor)
- ~35% tuvo una **mejora del monto de línea** (por lo menos 5% mejor)
- ~20% tuvo una **mejora de debt-capacity** (sea por RCI o ingreso)
- **RCI promedio mejora de 7,3% en 25Q3 a 8,1% en 25Q4**

Next Steps

- Aumentar RCI a 3x para usuarios repeats que no usaron con MxP | **L. Murillo 25Q4 [On going]**
- Aumentar RCI a 3x para usuarios que disminuyeron recurrencia | **L. Murillo 26Q1**
- Salida de portafolio de RCI Decreciente | **Owner: Producto 2026**

1. Platinum y Gold: AB, C+, C. Silver y Bronze: C-, D+, D

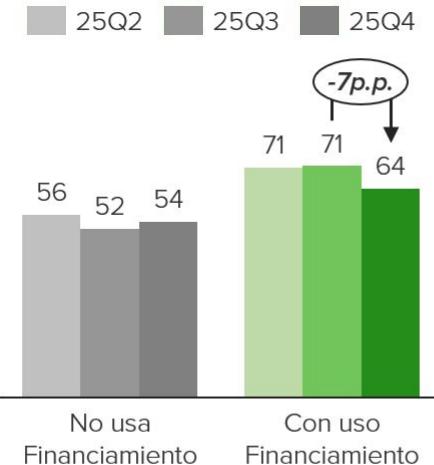
2. Valores sobre el total de la cartera afectada, pero se respeta el mismo mix en usuarios que solicitaron BNPL en 25Q4 | [\[Link\]](#)

3. Penetración declarada de créditos en los últimos 30 días

-7p.p. NPS en quienes declaran usar tarjeta de crédito y/o préstamos vs Q3 principalmente por menores límites declarados

-3p.p. en quien usan financiamiento con 64p.p. NPS vs 54p.p.

[NPS usuarios que declaran utilizar productos de financiamiento¹]



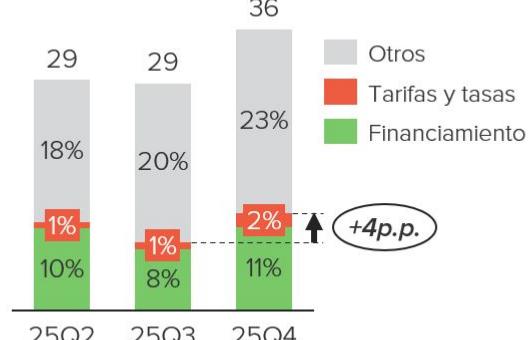
-3p.p.

-7p.p.

A Con Uso de Financiamiento

+4p.p. de quejas por financiamiento y tarifas vs 25Q3

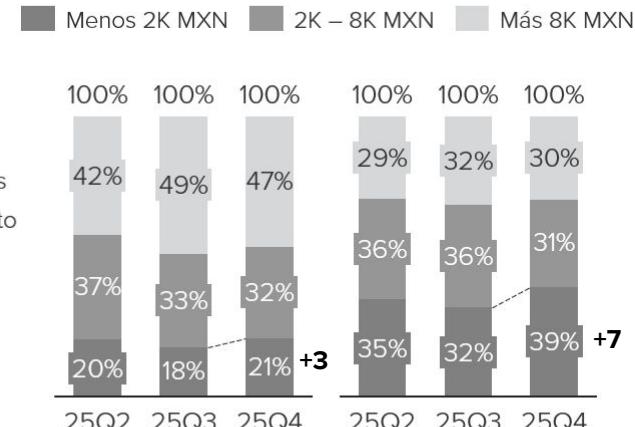
[Evolución quejas³ - Individuos con saldo]



"80% de los usuarios de tarjeta de crédito son revolventes" - Investors Call Nuban 25Q3⁴

Aumenta el mix de usuarios con menores límites declarados vs 25Q3

[Límites declarados de TC y Préstamos]



Tarjeta de Crédito

Préstamos

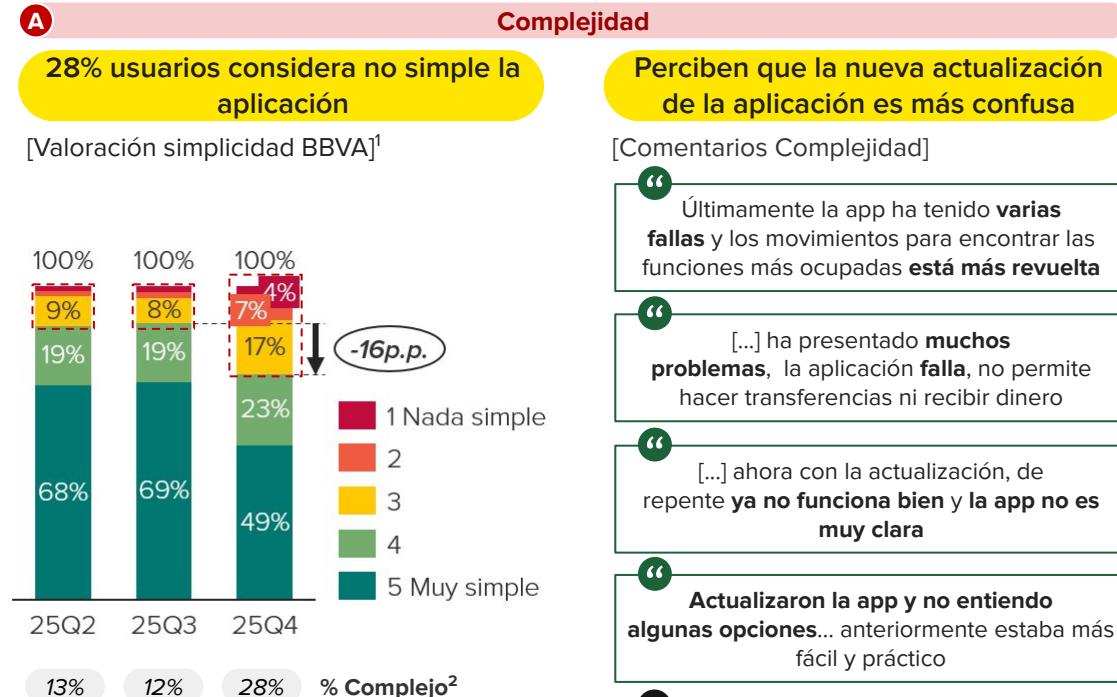
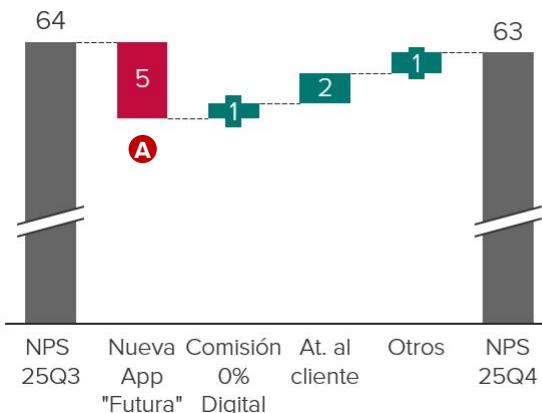
1. Individuos que declaran utilizar Credit Card y Consumer Credits (BNPL y/o Ploans) | 2. Penetración declarada de TC/créditos en los últimos 30 días | 3. Motivos de detacción X2 + neutros | 4. Investors Result Center [LINK]

+16p.p. de usuarios considera compleja la nueva aplicación de BBVA luego del lanzamiento de su nueva aplicación vs 25Q3



-5p.p. de experiencia luego del lanzamiento de la nueva app de BBVA

[Evolución NPS Competitivo; 25Q3 vs 25Q4]



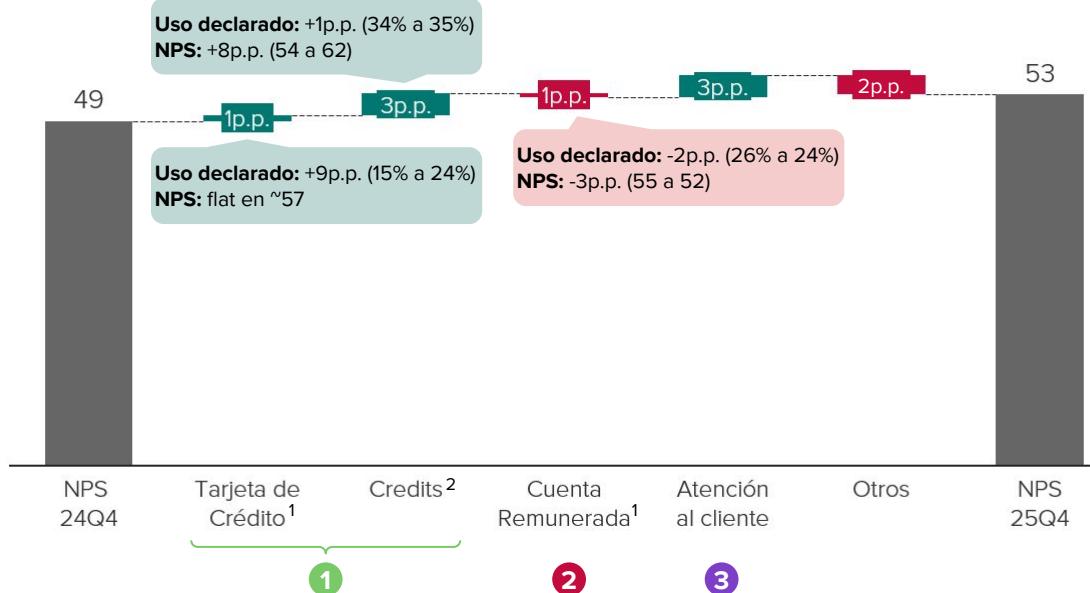
¿Cómo navegar por la aplicación? [Youtube] | Lanzamiento de nueva aplicación y reducción de comisiones digitales [Link]

1. ¿Qué tan simple e intuitiva te resulta la app de [MARCA]? Siendo 1 nada simple y 5 muy simple | 2. Usuarios que eligen 1, 2 o 3

La mejora en experiencia de Ualá se apalancó en la mayor oferta de productos de financiamiento



[Evolución NPS Competitivo Ualá; 24Q4 vs 25Q4]



1 Financiamiento

- Mayor oferta de productos de financiamiento [\[LINK\]](#) [\[LINK\]](#)
- **Cartera de crédito** +48% 24Q4 vs 25Q3 (571 MM MXN a 845 MM MXN)
- **TC** +141% 24Q4 vs 25Q3 (237 MM MXN a 571 MM MXN). En 25Q3 representa ~68% de la cartera
- **Préstamos** se mantuvo flat ~50 MM MXN
- Foco en sustituir activos comerciales por más tarjetas de crédito

2 Rendimientos & Inversiones

- Baja tasa de rendimientos (12,5% a 7,5%)
- Lanzamiento Tasa Plus [Julio '25] [\[LINK\]](#)
 - Dos tasas diferenciales: 13% y 16% dependiendo del uso

3 Atención al Cliente

- Lanzamiento de Uali [Chatbot impulsado por AI] - Acuerdo con OpenAI [\[LINK\]](#) [\[LINK\]](#)

1. Se considera 24Q4+25Q1 y 25Q3+25Q4 para tener volumen representativo

2. Información vs 25Q2, dado que es el Q cuándo se incorporó la pregunta "Usaste al menos un crédito o préstamo de [MARCA] en los últimos 30 días?"

Value prop de Didi concentrada en Créditos, Tarjeta de Crédito sin anualidad y Cuenta con 16% de rendimiento; los usuarios se quejan de Financiamiento y Tarifas



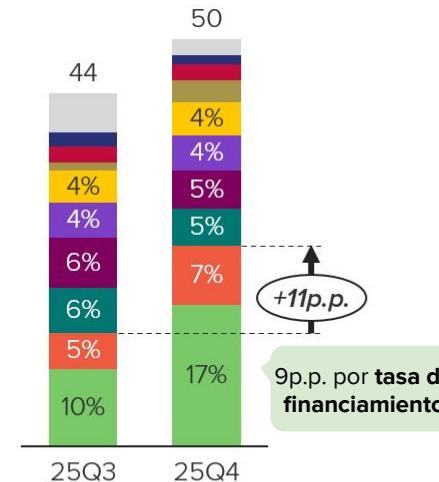
Créditos y Tarjeta de Crédito productos más utilizados en Didi

[Penetración declarada por producto]

	25Q3	25Q4	
✓ Servicios	23%	20%	-3
✓ Transferencias	16%	21%	+2
✓ Cash In/Out	7%	9%	+2
✗ Remesas	-	-	-
✗ Nómina	-	-	-
✗ TD	-	-	-
✓ TC	40%	36%	-4
✓ Créditos	74%	74%	-
✓ Cta. Remunerada	10%	12%	+2
✗ Plazo fijos	-	-	-

+11p.p. de quejas por Financiamiento y Tarifas vs 25Q3

[Evolución quejas¹ - Individuos con saldo]



Tasa de financiamiento

Usuarios perciben tasas de interés más altas vs otros competidores

[Comentarios Financiamiento + Tarifas]

Tasas de interés excesivas fuera de mercado

Es buena el que puedes adelantar pagos pero el interés es muy alto a los préstamos

La tarjeta está bien pero las tasas que manejan son muy altas, en los créditos terminas pagando más del doble, aunque te la venden con una tasa baja mensual, pero si ves como te quedan los pagos y lo que tendrás de pagar, pagas el 110% del monto

Las tasas son variables o altas en comparación de otras cuentas

1. Motivos de detracción X2 + neutros

Didi centra su value prop en la TC con 6% de cashbacks y la cuenta remunerada con 16% de rendimiento



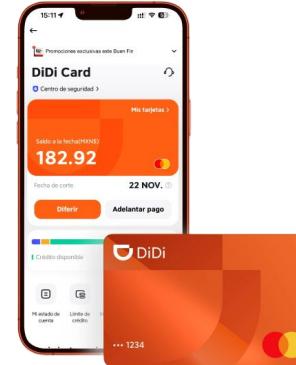
16% de rendimiento diario, límite de depósito de \$25k MXN mensual



Hasta \$10,000 MXN rinde 16% y el restante hasta \$25,000 MXN rinde 8,5%¹



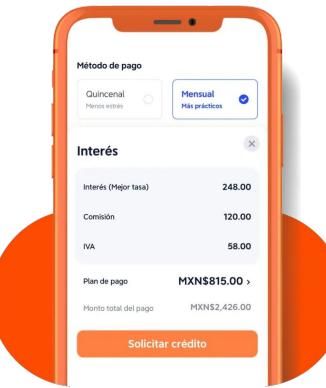
Comunican cashback de hasta 6% en TC en categorías seleccionadas



- Sin anualidad de por vida
- 3 MSI para cualquier compra (Solo para nuevos usuarios)
- MSI en algunas tiendas | Descuentos | 4 Meses Spotify Gratis
- Cashback de 6% y 2% en categorías seleccionadas (Tope 500 MXN)



Ademas de la TC ofrece prestamos de hasta \$46k MXN



- Desde \$300 hasta \$46,800 MXN
- Tasa de interés mensual ordinaria de 3,5% a 18%
- Más de 5 millones de mexicanos ya solicitaron un préstamo
- Pagos quincenales o mensuales

Agenda

1. Evolución NPS Competitivo
2. Evolución de MAUs y Principalidad
3. Batallas 2026
4. Anexo





Mercado Pago alcanza 19,4M de usuarios activos¹, gap de MAUs vs Nu de 7,6M; Nubank crecer 35% YoY alcanzando los 11,8M de usuarios activos

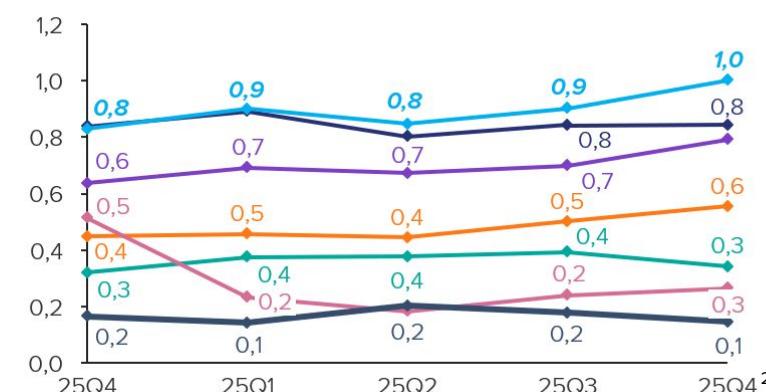
Mercado Pago aumenta 28% usuarios activos YoY; Klar es el player con mayor crecimiento YoY sobre su base

[Usuarios mensuales promedio¹ - en millones]



Mercado Pago se mantiene como líder como líder en descargas mensuales

[Descargas mensuales promedio¹ - en millones]



→ BBVA → → Nu → → spin by Stori → Klar → → Ualá

1. Fuente: Sensor Tower (ex: App Annie) define MAUs como un dispositivo que tiene una o más sesiones en primer plano con una aplicación, lo que significa que la aplicación está en pantalla y los usuarios pueden o no interactuar con ella | 2. 25Q4 incluye hasta noviembre cerrado.

Motivo de creación por Rendimientos cae cross player en 25Q4; 27% crearon cuenta en Mercado Pago para Compras en Mercado Libre y en Nubank 33% por Financiamiento



[Motivo declarado de creación de cuenta (usuarios antigüedad < 6 meses); NPS Competitivo]



- Compras en Mercado Libre
- Pagos Virtuales
- Rendimientos
- Enviar y/o recibir dinero
- Financiamiento
- Inversiones
- Promociones
- Enviar y/o recibir dinero
- Tarjeta de débito
- Otros



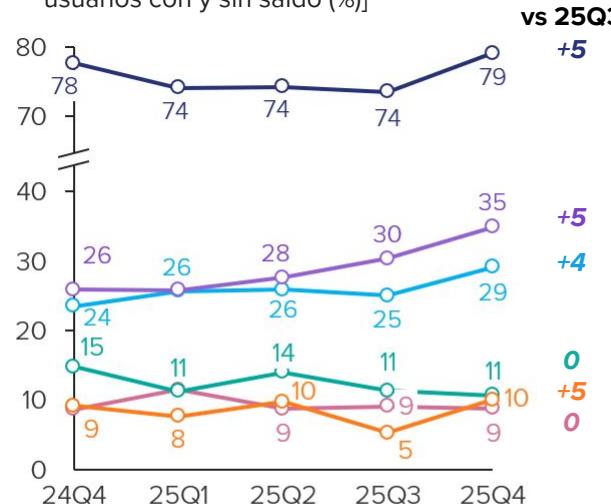
1. Fuente: Sensor Tower; Datos de 25Q4 incluye octubre y noviembre 2025



Principalidad en Mercado Pago aumenta 4p.p. vs 25Q3, alcanzando el 29%; Incrementa 5p.p. la principalidad de usuarios de Nubank vs 25Q3

+4p.p. de principalidad en usuarios de Mercado Pago vs 25Q3

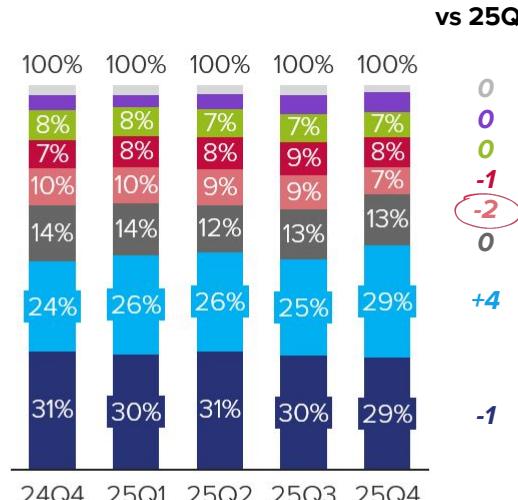
[Evolución Principalidad declarada¹ de usuarios con y sin saldo (%)]



Mercado Pago

Aumenta principalidad de Mercado Pago en Q4, perdida en tradicionales

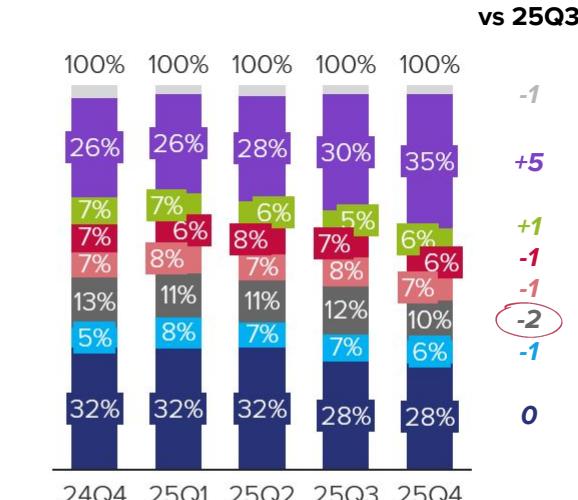
[Evolución principalidad usuarios MP]



Nubank

Aumenta principalidad de Nubank en Q4, perdida en tradicionales

[Evolución principalidad usuarios Nubank]



1. Entre todas las cuentas que utilizas para manejar tu dinero (Digitales o tradicionales), ¿Cuál consideras que es tu cuenta principal?



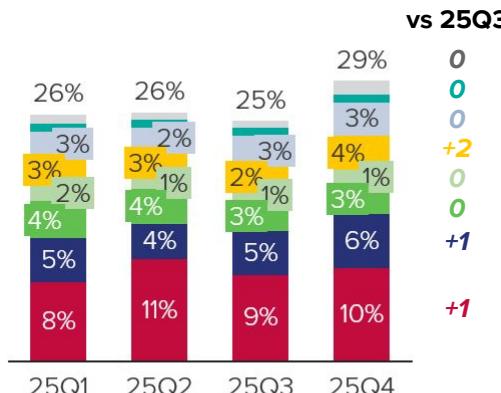
En Mercado Pago se aumentan 4p.p. de principalidad declarada vs 25Q3 por Rendimientos, Seguridad y Oferta de funcionalidades



Mercado Pago

10% en Mercado Pago son principales por rendimientos, +1p.p. vs 25Q3

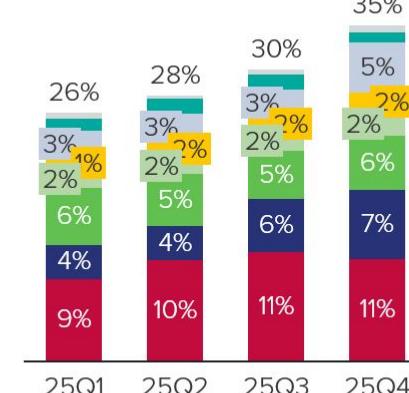
[Motivos de principalidad¹ Mercado Pago]²



Nubank

11% en Nubank son principales por rendimientos, flat vs 25Q3

[Motivos de principalidad¹ Nubank]²

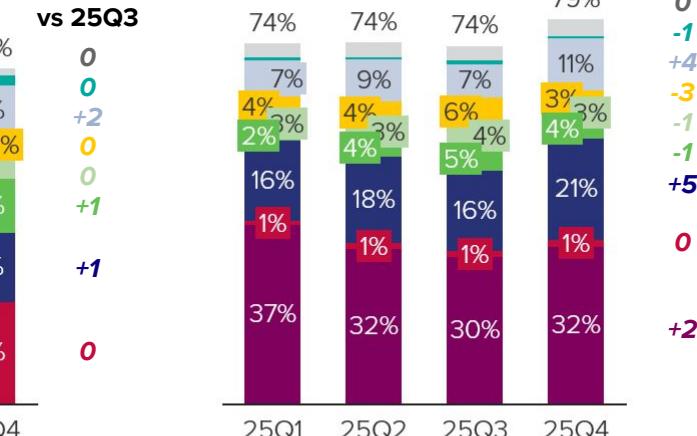


BBVA

32% en BBVA son principales por cobro de nómina, +2p.p. vs 25Q3

[Motivos de principalidad¹ BBVA]²

vs 25Q3



Gráficos a distinta escala

Otro

Costumbre

Me ayuda a organizar mis finanzas

Inversiones

Oferta funcionalidades

Financiamiento

Confianza

Cobro mi nómina en esta cuenta

Rendimientos

1. ¿Cuál es el principal motivo que hace que elijas a [MARCA] como tu cuenta principal?

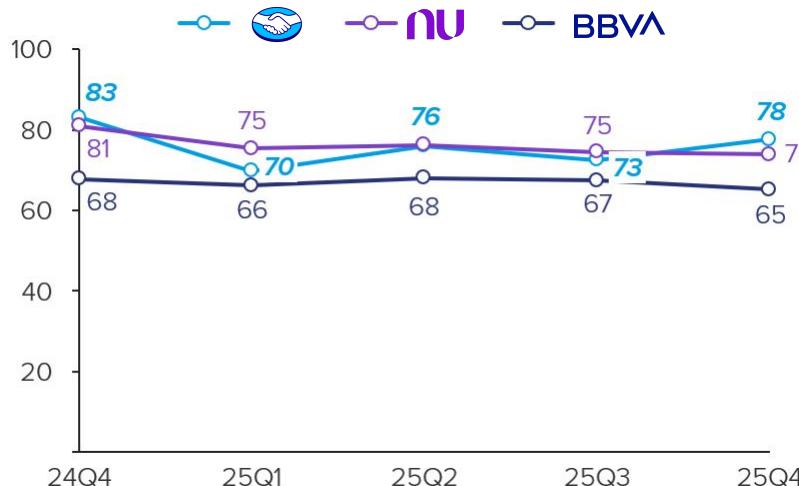
2. Usuarios que declaran que es su cuenta principal



Mercado Pago se consolida como líder de experiencia tanto en usuarios principales como no principales

NPS de usuarios principales en Mercado Pago es 78 p.p.,
+4 p.p. vs Nubank y +13 p.p. vs BBVA

[NPS Competitivo - Individuos **Principales** con saldo¹]



vs NU +2

vs BBVA +15

vs BBVA +4

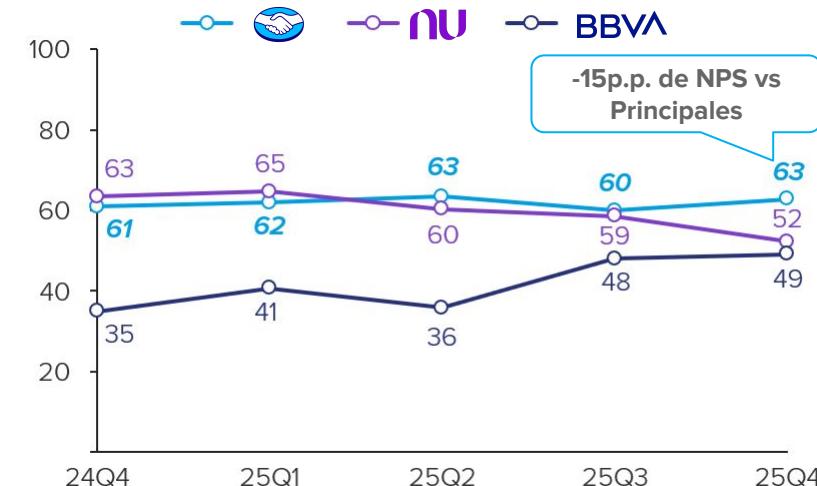
vs BBVA +8

vs BBVA +6

vs BBVA +13

En usuarios no principales, el gap de NPS vs Nubank pasó de 2 p.p. en 24Q4 a +11 p.p. en 25Q4

[NPS Competitivo - Individuos **NO Principales** con saldo¹]



vs NU -2

vs BBVA +26

vs BBVA +21

vs BBVA +24

vs BBVA +12

vs BBVA +14

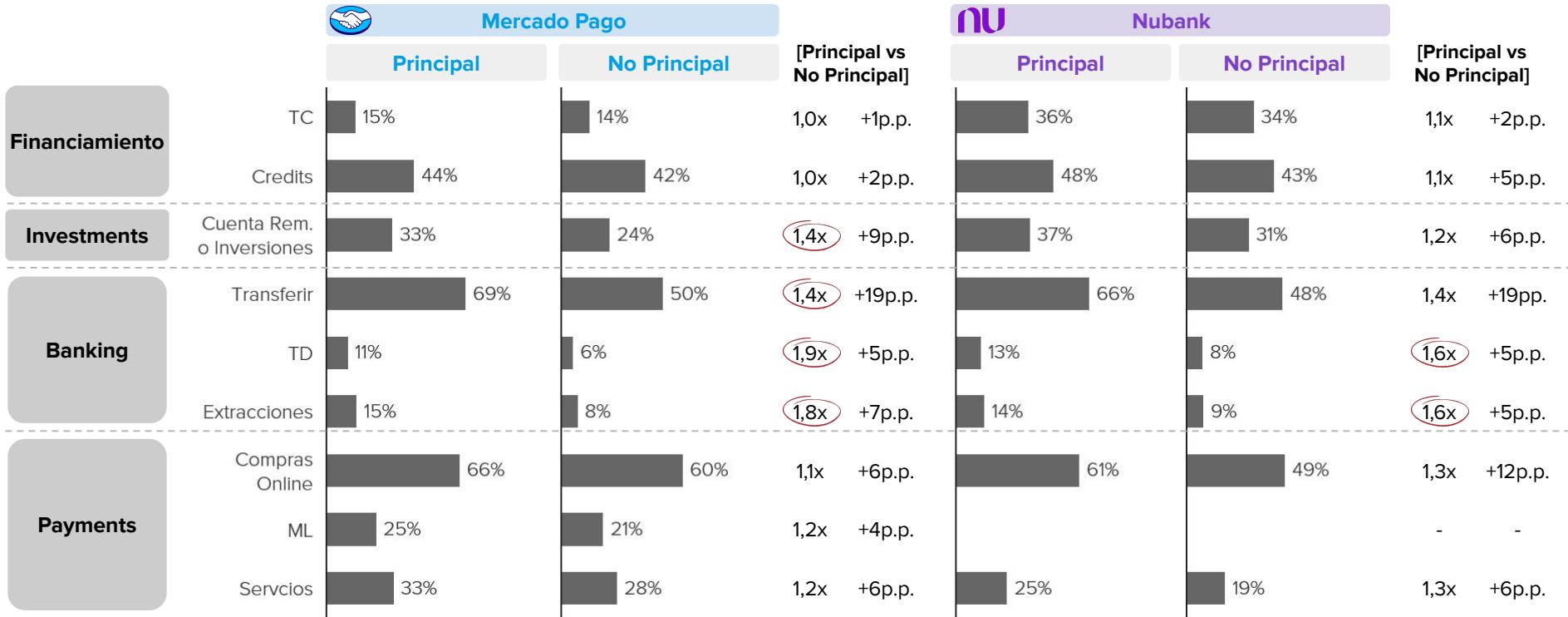


1. Se considera en el segmento Individuos a aquellos usuarios que no utilizan la cuenta para cobrar sus ventas

Productos de Banking, cómo TD y Extracciones son los drivers que más principalidad generan, tanto para Nubank y Mercado Pago, pero estos tienen baja penetración



[Penetración declarada de Productos según principalidad declarada | Individuos con saldo | 25Q4]



Next Steps

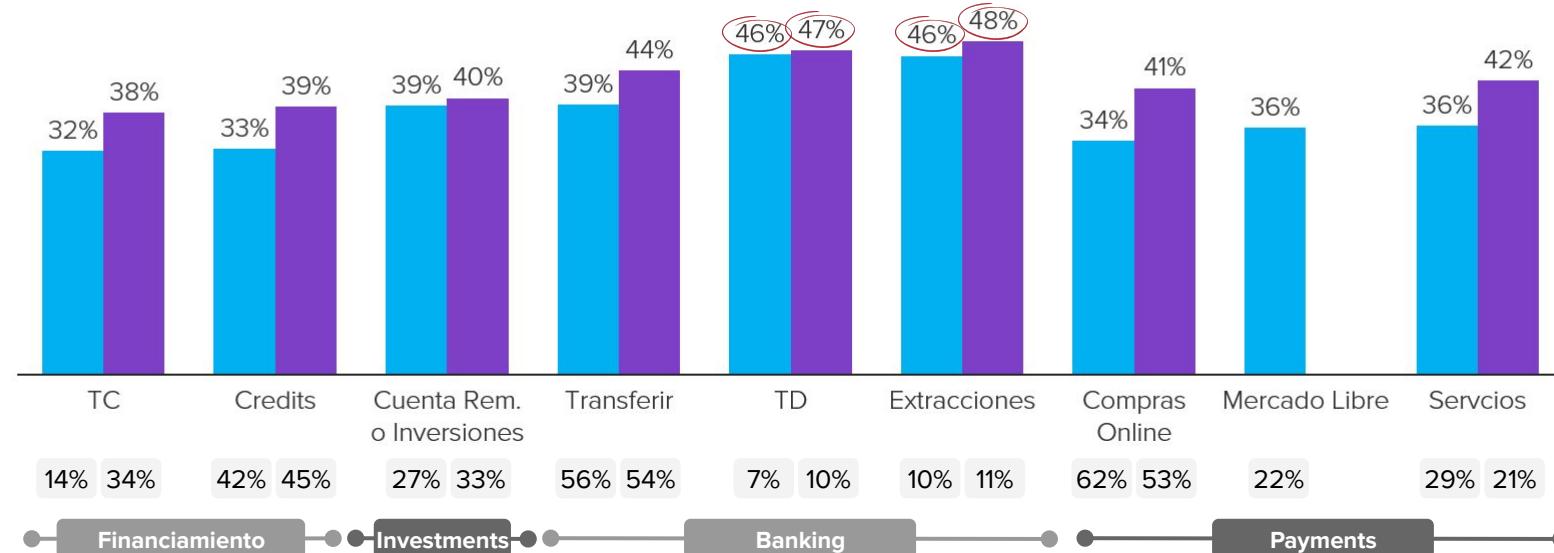
- Extracciones: 1,6x principalidad y 50% de penetración en ppal (+20)
- Nominas: 2,3x principalidad y 34% penetración en ppales (+19)

- Análisis sobre cómo aumentar penetración de productos de banking en Mercado Pago M.Scarafia



Productos de Banking, cómo TD y Extracciones son los drivers que más usuarios principales tiene, tanto para Nubank y Mercado Pago, pero menor penetración

[Principalidad¹ declarada de usuarios con saldo según producto utilizado; 25Q4]



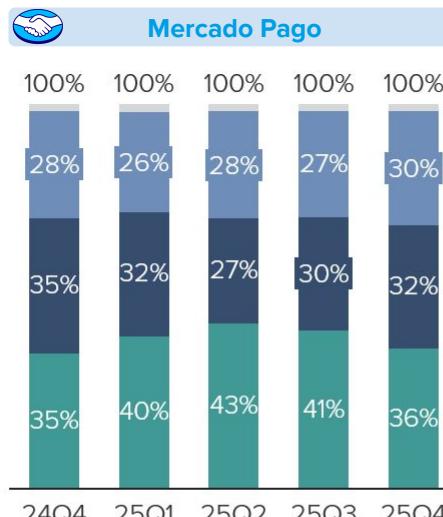
1. Entre todas las cuentas que utilizas para manejar tu dinero (Digitales o tradicionales), ¿Cuál consideras que es tu cuenta principal?

Percepción de banco digital en Mercado Pago en 36% vs 71% en Nubank; NPS de quienes consideran Mercado Pago banco digital es de 73p.p., vs 65p.p. en Nubank



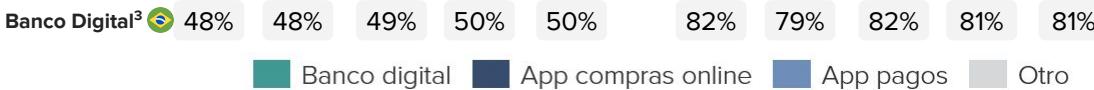
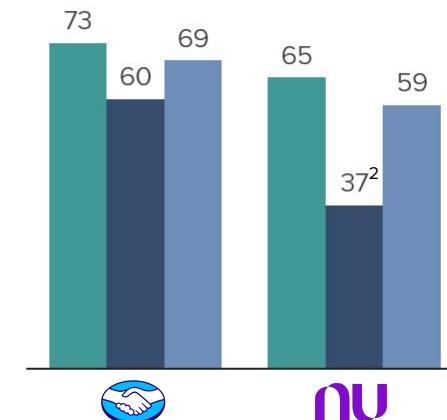
30% de los usuarios considera Mercado Pago una app de pagos, 32% la considera una app de compras online

[Evolución de percepción de marca¹]



Usuarios que consideran Mercado Pago banco digital tienen 73p.p. de NPS

[NPS por percepción de marca - 25Q4]



Legend: Banco digital (teal), App compras online (dark blue), App pagos (blue), Otro (light grey)

1. Motivo 'app de financiamiento' fue eliminado a partir de 24Q4 | 2. Pocas respuestas en usuarios de "App de compras online" para Nubank | 3. Mix de usuarios que elige "Banco Digital" en MLB para Mercado Pago y Nubank

Agenda

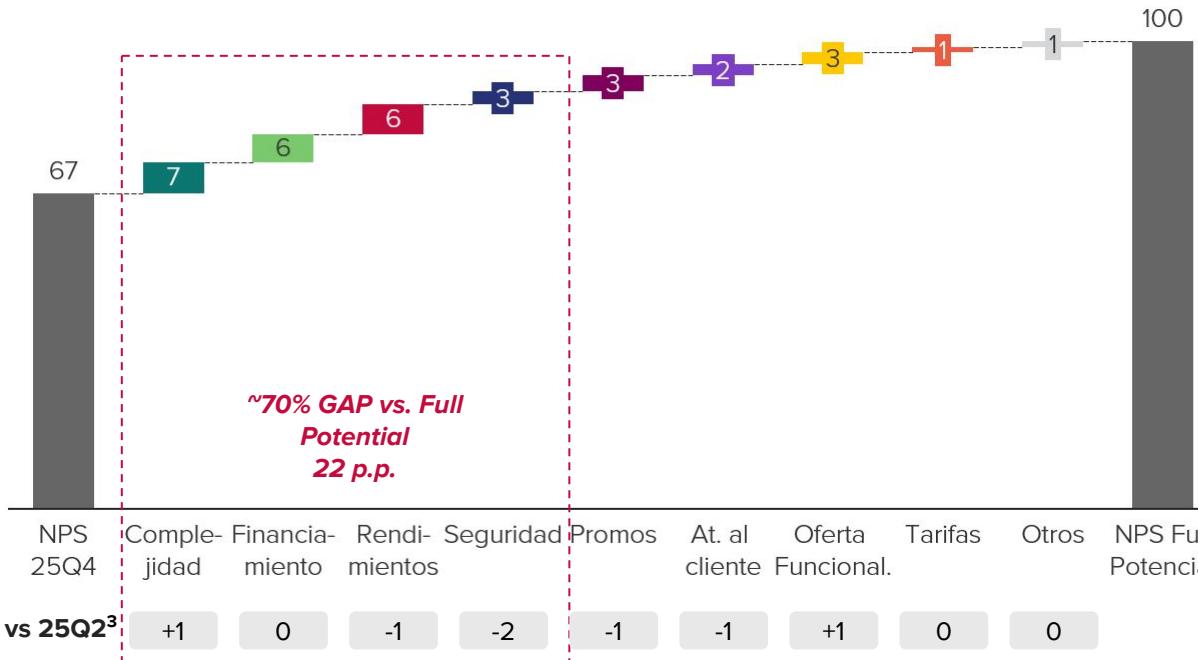
1. Evolución NPS Competitivo
2. Evolución de MAUs y Principalidad
3. Batallas 2026
4. Anexo



Complejidad & Problemas Funcionales, Financiamiento, Rendimientos y Seguridad explican ~70% de las quejas de los usuarios de Mercado Pago



[Waterfall Full Potential NPS Competitivo Mercado Pago¹; 25Q4]



1 Complejidad & Problemas Funcionales

- Flujos con mayor percepción de complejidad vs otros players

2 Financiamiento

- Límites de Tarjeta de Crédito
- Oferta y Uso de Consumer Credits

3 Rendimientos & Inversiones

- Evolución Cuenta Pro
- Impacto de cambio de tasas de Nu y Cajita Turbo

4 Seguridad

- Evolución de valoración de seguridad



1. Comentarios retaggeados | 2. (+) = más quejas vs. Q3 | (-) = menos quejas vs. Q3

Complejidad & Problemas Funcionales, Financiamiento, Rendimientos y Seguridad son las mayores fricciones



(i) ~60% Usabilidad
(ii) ~35% Problemas funcionales

(i) ~50% Tasas
(ii) ~50% Límites/Acceso

(i) ~70% tasa (ii) ~15% límite
(iii) ~15% challenge

(i) 60% desconfianza (ii) 20% problemas (iii) 20% respaldo

Complejidad & Prob. Func. 7 p.p.

Usabilidad
En ocasiones es un poco tediosa la app

Usabilidad
Es un poco complicado utilizar la aplicación si no tienes experiencia

Usabilidad
Pues no me gusta mucho su interfaz, si tienes dinero dentro y debes algo en Mercadolibre [...]

Problemas
A veces tarda el tiempo en caer la transferencia a la cuenta

Problemas
En ocasiones tarda en reflejarse el pago o la disposición de ellos

Financiamiento 6 p.p.

Tasas
Tiene intereses muy altos en su crédito

Tasas
Creo que cobran muy alto interés

Tasas
El crédito de mercado pago es excesivamente caro

Límites
Tengo muy poco límite de crédito

Límites
Porque no son claros con cómo disminuye o aumenta el crédito, no sabes tu límite total

Rendimientos 6 p.p.

Tasas
[...] no tiene mucho rendimiento como antes cuando iniciaba hay otras opciones en las que te da hasta el 16% y se ve el incremento mercado pago te limita con cierta cantidad

Tasas
[...] las ganancias que genera son pocas comparándolas con el de las otras apps

Límite
el rendimiento solo esta limitado para 25 mil pesos

Challenge
Por los rendimientos en la cuenta de ahorro desearía que quiten lo de los \$3000 mensuales o que lo redujeran

Seguridad 3 p.p.

Desconfianza
He escuchado que a mucha gente se le desapareció dinero

Desconfianza
No me gusta, simplemente no me siento segura al utilizarlo, y no tiene un apartado donde pueda guardar mi dinero

Desconfianza
Me genera desconfianza

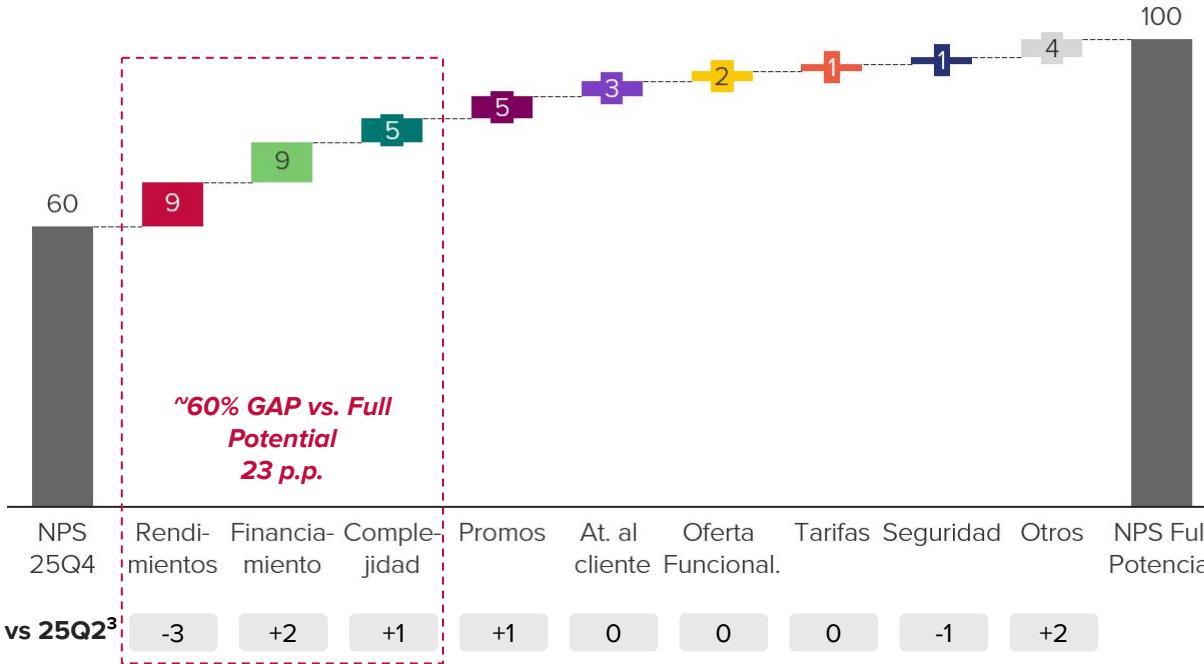
Problemas
Algunas veces, se han hecho pagos de esa cuenta, sin que yo lo haya autorizado

Respaldo
a veces aún se siente un poco insegura ya que no la respalda algún banco

Rendimientos, Financiamiento y Complejidad & Problemas Funcionales explican ~60% del Gap con el NPS Full Potential de Nubank



[Waterfall Full Potential NPS Competitivo Nubank¹; 25Q4]



Rendimientos (i) ~75% bajas en la tasa de rendimiento (ii) ~15% Menor rendimiento vs Competidores (iii) ~10% Problemas con Cajitas

Financiamiento (i) ~55% Tasa de interés (ii) ~30% Límites (iii) ~15% Acceso

Complejidad & Problemas (i) ~65% Usabilidad (ii) ~30% Problemas Funcionales (iii) ~5% Encontrabilidad

Promociones & Descuentos (i) ~80% Falta promociones atractivas (ii) ~20% Programa Recompensas

Funcionalidades (i) ~100% falta de funcionalidades

Atención al Cliente (i) ~40% Acceso al contacto (iii) ~30% Calidad / Resolución

Tarifas (i) ~80% Costos Cash In/Out (ii) ~20% Fees pago de Servicios

Seguridad (i) ~50% Imagen Fintech vs Bancos (ii) ~45% seguridad de operaciones (iii) ~5% Otros



1. Comentarios retaggeados | 2. (+) = más quejas vs. Q3 | (-) = menos quejas vs. Q3. Por redondeo de decimales, la suma de las variaciones de quejas no da +4p.p.

Financiamiento, Rendimientos, Complejidad & Problemas Funcionales y Promociones & Descuentos son las mayores fricciones



(i) ~75% bajas de tasa
 (ii) ~15% vs Competidores

Rendimientos e inversiones 9 p.p.

Bajas de tasa
 Ha bajado mucho sus tasas de rendimiento

Bajas de tasa
 Esta bien, aunque ya no da tanto rendimiento como antes y su tarjeta de crédito no ofrece cashback

Bajas de tasa
 Porque han disminuido las ganancias antes eran mayores

vs Competencia
 La tasa es muy baja con respecto a Mercado Pago

vs Competencia
 Hay marcas con mayores rendimientos de inversión

(i) ~55% Tasas (ii) ~30% Límites (iii) ~15% Acceso

Financiamiento 9 p.p.

Tasas
 Es buena tarjeta en general pero sus intereses son muy altos

Tasas
 Las tasas suelen ser altas

Tasas
 Es un banco que solo busca su propio bienestar otorgando créditos con altas tasas de interés

Límite
 Ofrece muy poco límite de crédito

Límite
 El límite de crédito no lo aumentan con regularidad

(i) ~65% Usabilidad (ii) ~30% Problemas funcionales

Complejidad & Prob. Func. 5 p.p.

Usabilidad
 Es un poco confusa al usar y en ocasiones no se refleja rápido los pagos

Usabilidad
 La app es un poco confusa y es lenta para su manejo

Usabilidad
 La página es compleja

Usabilidad
 [...] La app se traba constantemente

Problemas
 Tuvo problemas la página no pude usarla dos días y no puedo confiar en una app que falla [...]

(i) ~80% Falta de promociones

Promociones & decuentos 5 p.p.

Falta de Promociones
 Me gusta NU, pero me obliga a gastar y su tarjeta de crédito tiene pocas promociones.

Falta de Promociones
 Son pocos los establecimientos donde puedo comprar a meses sin intereses

Falta de Promociones
 Por que no tiene beneficios ni promociones ni descuentos [...]

Falta de Promociones
 Nubank no ofrece cosas muy atractivas en cuanto a beneficios por utilizarla

Falta de Promociones
 No da cash back y casi la mayoría ya da

Agenda

- 1.** Evolución NPS Competitivo
- 2.** Evolución de MAUs y Principalidad

- 3.** Batallas 2026
 - Cuenta Remunerada
 - Credits
 - Tarjeta de Crédito
 - Seguridad

- 4.** Anexo



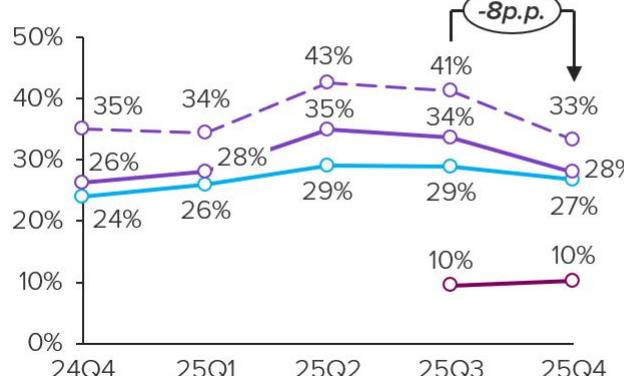
Reducción continua de tasas de Nubank genera -8p.p. de penetración declarada en usuarios que declaran invertir en Nu vs 25Q3



-8p.p. en uso declarado de Cuenta Remunerada y Plazo fijo en Nubank

[Evolución uso declarado Cuenta Remunerada¹ y Plazos Fijos²]

—○— Cta Rem. —○— Cta Rem. o P. Fijos
—○— Nu Cta Rem. —○— Nu C. Turbo



C. Turbo³ - - 15% 15% 15%

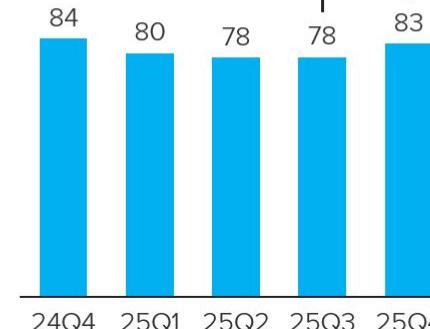
Disp. 24/7 ~12% 12% 9% ~8% ~7%

P. Fijos⁴ 12% - 14% 12% - 14% 10% - 12% ~8% ~7%

+5p.p. de NPS impulsada por mejoras de consumer credits

[NPS usuarios que declaran usar Cuenta Remunerada y/o Plazos Fijos]

+3 p.p. por mejoras de consumer credits



Deep Dive

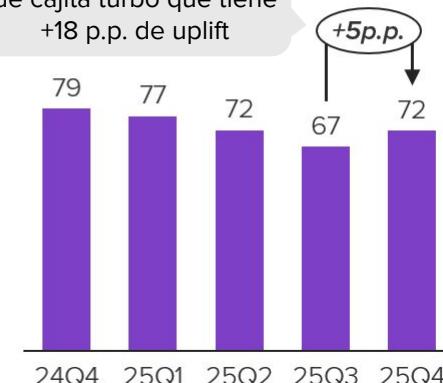
Nu Medir evolución de awareness y entendimiento del challenge de Cajita Turbo

—○— Evaluar experiencia, awareness y entendimiento del Test Boost en Cuenta Pro

NPS impulsado por mayor share de uso de cofrinhos en quienes invierten

[Saldo en cuenta de usuarios que declaran usar Cuenta Remunerada y/o Plazos Fijos]

+4 p.p. por mayor share de cajita turbo que tiene +18 p.p. de uplift



Rendimientos Nubank | 1. "Generar ganancias con mi dinero en cuenta" | 2. "Invertir mi dinero (plazos fijos, fondos de inversión, acciones, etc)" | 3. Lanzamiento Cajita Turbo Abril 2025. | 4. Rango de tasas de rendimiento de los ahorros congelados (7 días, 28 días, 90 días y 180 días)

Nubank sigue sin traccionar penetración de la Cajita Turbo; Usuarios que declaran utilizarla permanece en 10%

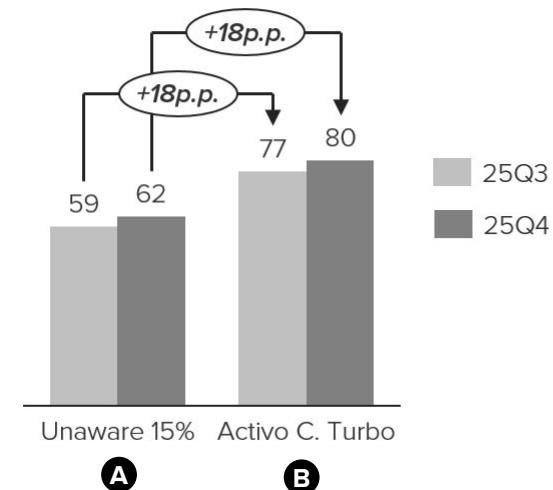
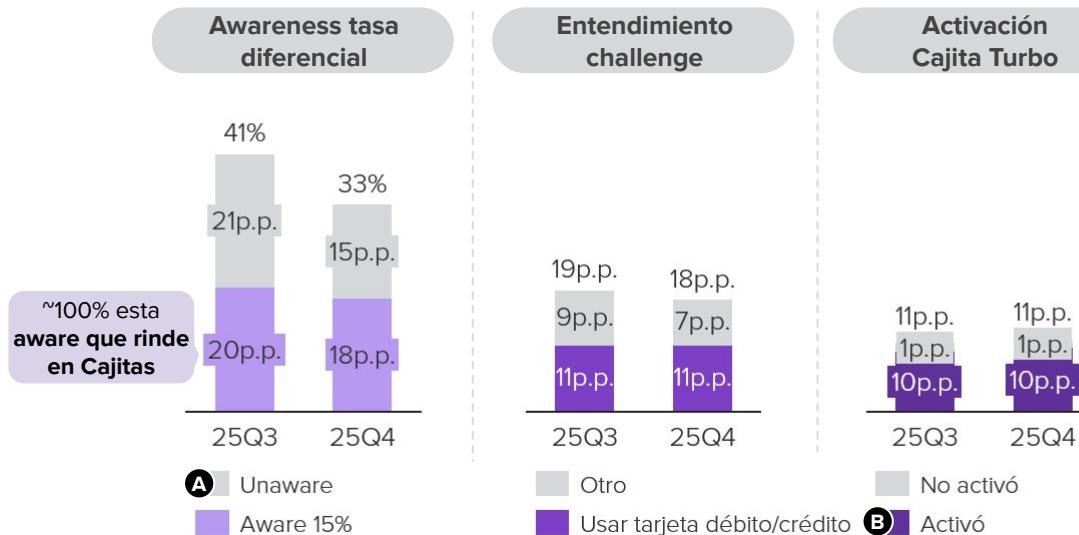


De los usuarios que declaran invertir en Nubank, 10p.p. declara haber activado Cajita Turbo

[Awareness tasa diferencial¹, entendimiento Cajitas² de challenge³ | Activación declarada⁴ | NPS Competitivo]

+18p.p. lift en usuarios que declaran utilizar Cajita Turbo vs unaware del 15%

[NPS Competitivo por entendimiento + activación Cajitas]

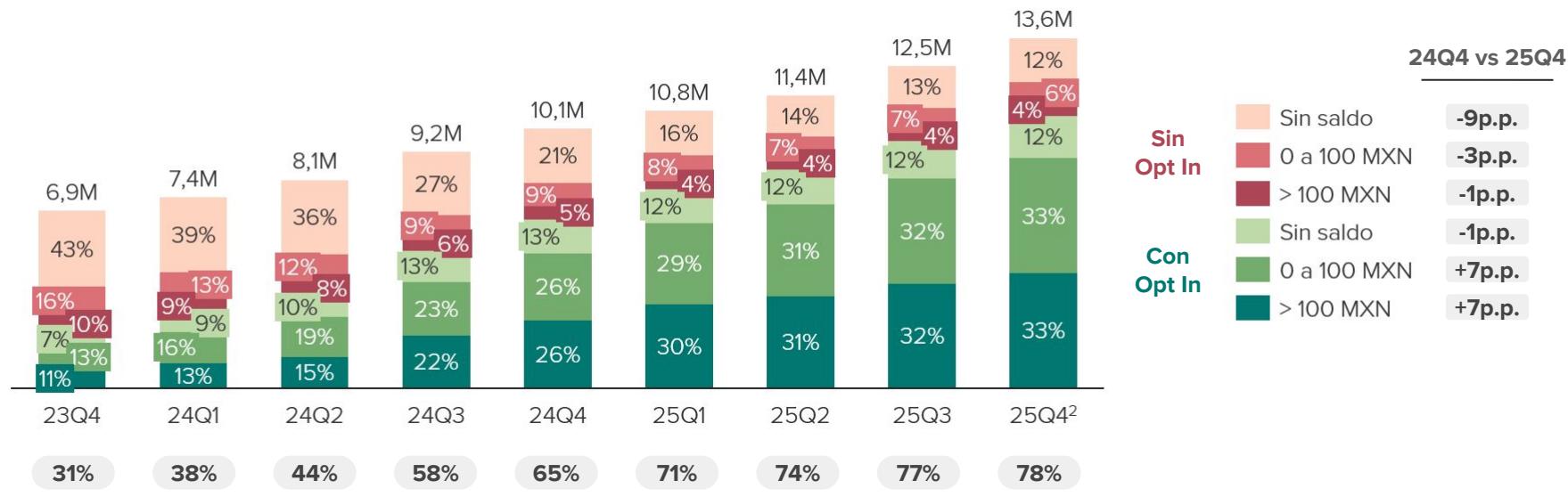


1. Nubank ofrece como ganancias máximas (15%) | 2. Entendimiento que el rendimiento se genera en Cajitas .| 3.Para obtener la cajita con tasa de 15% de rendimientos debo...(Usar al menos una vez la TC o TD Nu) | 4. ¿Activaste la cajita con 15%?

Share de MAUs con Opt In con tendencia positiva pasando de 65% en 24Q4 a 78% en 25Q4; usuarios con saldo promedio invertido mayor a 100 MXN +7p.p. vs 24Q4



[Share promedio de MAUs según saldo (MXN) y status de inversión¹]



1. Consideramos con opt-in a los usuarios que están 'investing' al último día del mes y consideramos en saldo el saldo promedio mensual
2. 25Q4 incluye datos hasta noviembre cerrado

Seguimos sin poder traccionar penetración de Cuenta Pro, penetración de Winners flat en ~25% en los últimos 3 Qs



Data Real

Share de winners continua en 25% en Q4,
53% con opt-in pero no cumple

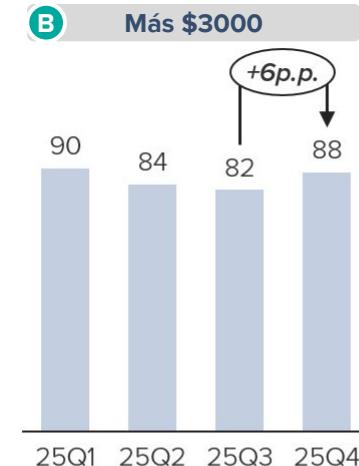
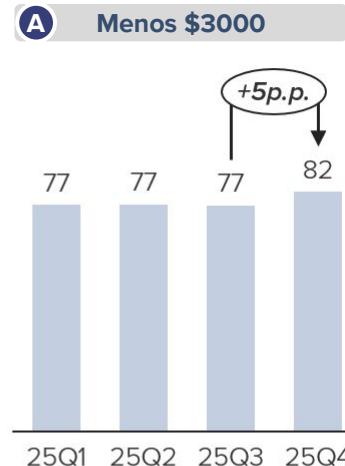
[Share Winners y Opt In - MAUs Mercado Pago]



ΔQoQ
Op.p.
+1p.p.
-1p.p.

+6p.p. de NPS de quienes declaran ingresar más de \$3.000 MX vs 25Q3

[NPS Competitivo usa Cuenta Remunerada con MP según monto ingresado declarado]



■ Sin Opt-in **(A)** No Winner; Con Opt-in **(B)** Winner

+3p.p. de quejas por Rendimientos vs 25Q3

“ [...] no tiene mucho rendimiento como antes cuando iniciaba hay otras opciones en las que te da hasta el 16% y se ve el incremento mercado pago te limita con cierta cantidad”



1. 25Q4 incluye hasta Noviembre cerrado.

Se tomaron ~12,5M de usuarios con opt-in en Octubre '25 para armar los grupos Test y Control para el piloto de Cuenta Pro



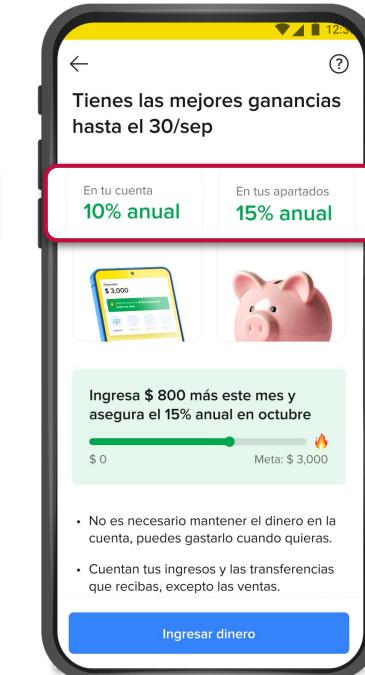
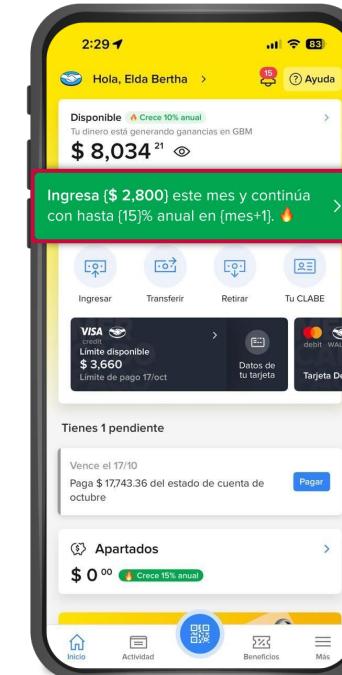
* Grupo Control

- Tamaño: ~11,9M
- Modalidad: vamos a seguir ofreciendo la misma tasa no turbinada (GBM 7%) y **turbinada (13%)** tanto en saldo disponible (cuenta) como en pots

* Grupo Test

- Tamaño: ~0,6M
- Modalidad: vamos a ofrecer una tasa turbinada distinta en **saldo disponible (cuenta) de 10% vs en pots de 15%**. La tasa no turbinada se queda igual (GBM 7%)

Comunicaciones para Grupo Test



- No es necesario mantener el dinero en la cuenta, puedes gastarlo cuando quieras.
- Cuentan tus ingresos y las transferencias que recibas, excepto las ventas.

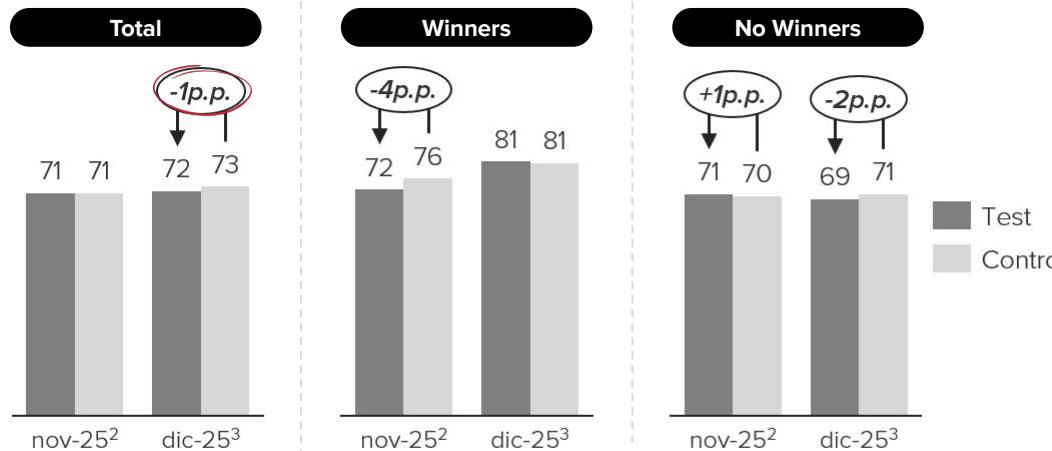
Comunicaciones de Tasa Boost Pots [\[Link\]](#)

Comunicaciones Grupo Control [\[Link\]](#)

Testeo de tasa diferencial en Apartados genera -1 p.p. de NPS vs Control con 13% en toda la cuenta; NPS de Winners flat en 81p.p. tanto en grupo Test como Control



[NPS Relacional]



Key Questions

- A** Entender las diferencia en **experiencia** en usuarios del grupo Test vs Control
- B** **Awareness y entendimiento** del challenge y nueva modalidad de rendimiento de Cuenta Pro en el grupo Test

1. Share de Winners en grupo test y control ~25% | 2. Información desde el 27/10 dónde se ajustaron las preguntas para el grupo Test hasta 12/11 | 3. Información hasta el 21/12



En winners, quejas por complejidad y rendimientos se igualan entre grupo Test y Control en diciembre

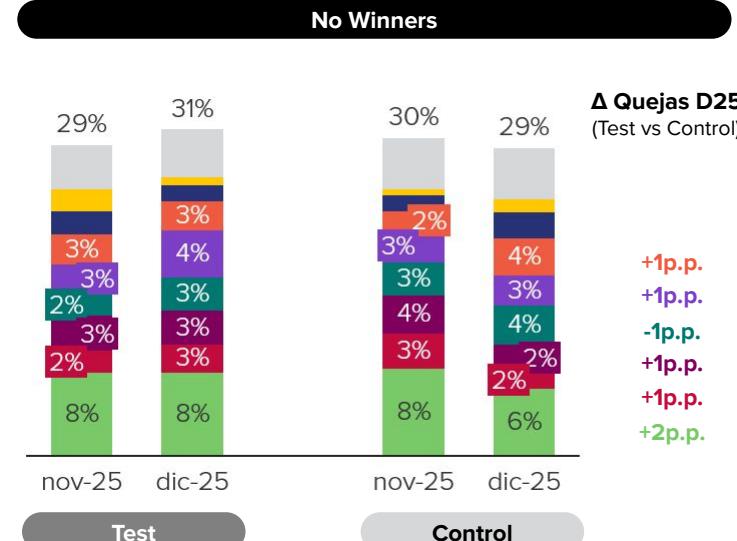
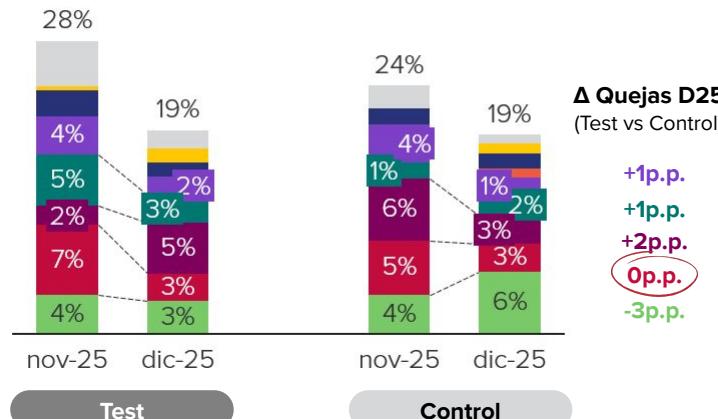


[Evolución quejas¹ (puntos de NPS perdidos) por motivo² - Individuos con saldo]



Winners

No Winners



1. Motivos de detracción X2 + neutros | 2. A partir de 25Q2 se agregó el motivo 'Inversiones' | Retagüeado en Mercado Pago



B

69% del grupo Test esta aware de Cuenta Pro, pero de estos solo 13p.p. esta aware de Apartado y que solo ahí rinde el 15%

[Awareness Cuenta Pro + Awareness Apartados de Mercado Pago + Entendimiento dónde rinde 15% anual el dinero]

Awareness Cuenta Pro¹



37p.p. esta **fully aware** del challenge de Cuenta Pro⁴ en nov-25 vs 33p.p. en dic-25

Awareness Apartados²



Entiende lugar del 15%³



“Me ofrecieron un crecimiento al 15% y me están dando solamente 10% - 1338006771”

~30% de Winners sabe que rinde 15% solo en Apartados vs 7% de No Winners en dic-25

- No estoy seguro/a
- Solo en dinero en cuenta
- Ambos
- Solo en apartados

1. ¿Sabías que puedes acceder a una tasa de rendimiento más alta hasta 15% anual al completar un reto todos los meses? | 2. ¿Sabías que en Mercado Pago existe una sección donde puedes guardar tu dinero para ahorrar y organizarte que se llama Apartados? | 3. Mi dinero rinde a una tasa del 15% en... | 4. Consideramos **fully aware** a quienes están Aware Cuenta Pro y entiende completamente Challenge (ingresar y/o recibir 3,000 MXN todos los meses)

Agenda

- 1.** Evolución NPS Competitivo
- 2.** Evolución de MAUs y Principalidad

3. Batallas 2026

Cuenta Remunerada

Credits

Tarjeta de Crédito

Seguridad

4. Anexo



45% usuarios Nubank declara utilizar créditos quienes tienen +5p.p. de NPS vs quienes no lo utilizan; en Mercado Pago un 42% declara utilizarlo, principalmente BNPL

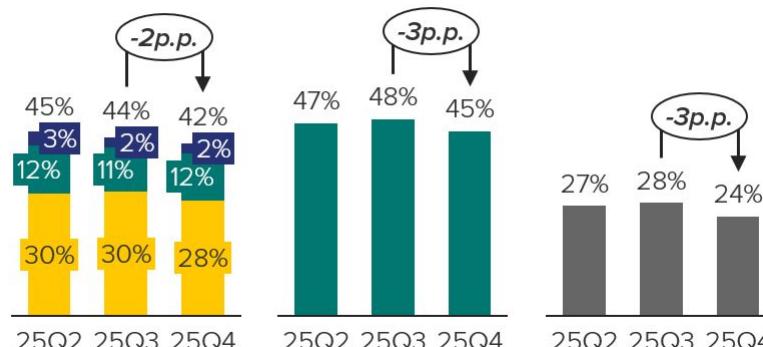


Data Competitiva

Caída de penetración declarada de Credits cross player en 25Q4

[Penetración declarada (%) Créditos¹ - Individuos con saldo]

BNPL Personal Loan Ambos Crédito



Lift NPS Uso +9 +10 +13

+9 +16 +5

+17 +10 -5

Adopción⁴ 63%



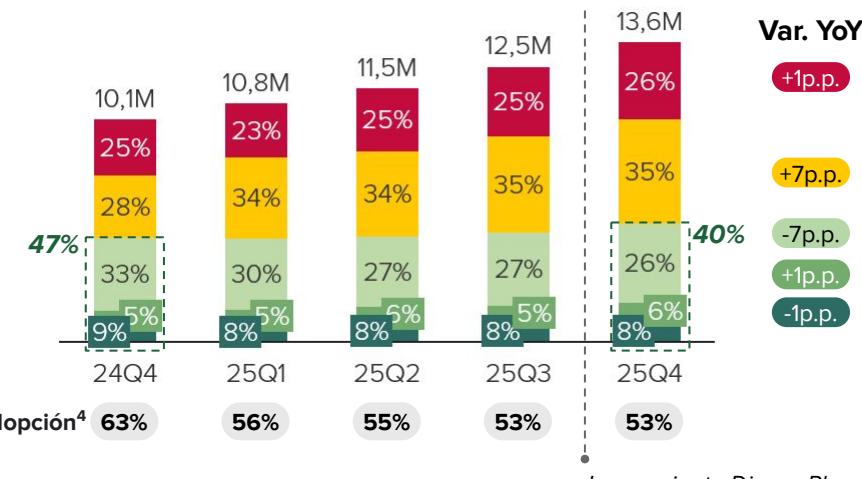
Data Real

35% MAUs tiene oferta de Credits pero no lo utiliza; 53% de los usuarios con oferta utiliza Credits

[Evolución real de oferta y uso³ de Credits - MAUs promedio del Q]

Sin Oferta CC Con Uso BNPL Usa +1 producto

Con Oferta; Sin Uso CC Con Uso PL / DE



1. Uso declarado sobre base usuarios de cada Fintech | 2. Incluye datos hasta noviembre cerrado | 3. Sacó al menos un crédito en los últimos 90 días | 4. Share de usuarios que usaron consumer credits en los últimos 90 días sobre el total de usuarios con oferta de consumer credits (verde / [verde + amarillo])

Agenda

- 1.** Evolución NPS Competitivo
- 2.** Evolución de MAUs y Principalidad

- 3.** Batallas 2026
 - Cuenta Remunerada
 - Credits
 - Tarjeta de Crédito
 - Seguridad

- 4.** Anexo

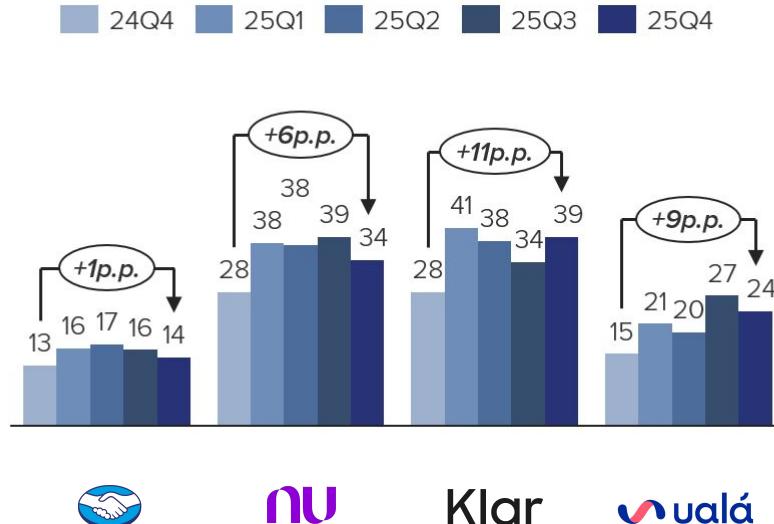


Si bien aumentamos nuestra penetración YoY 1p.p., el resto de los players crecieron a mayor ritmo que nosotros en el mismo período



+1p.p. YoY en Mercado Pago pero sigue siendo el player con menor penetración de TC con 14% de su base

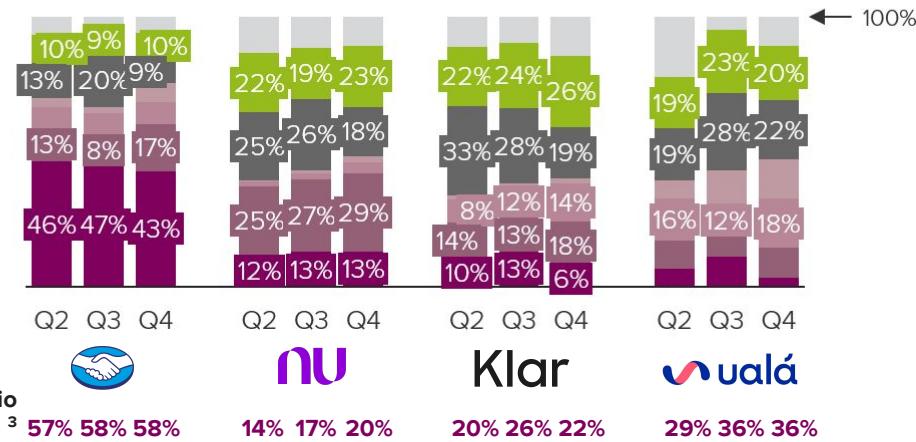
[Penetración declarada¹ Tarjeta de Crédito - Individuos con saldo]



Mercado Pago es elegida por beneficios ofrecidos; mientras Nubank por Diferir/Adelantar pagos y Límites

[Motivo declarado de uso tarjeta de crédito]

Otro	Tiene descuentos atractivos	MSI
Capilaridad	Cashback	
Límite	Diferir / adelantar pagos	



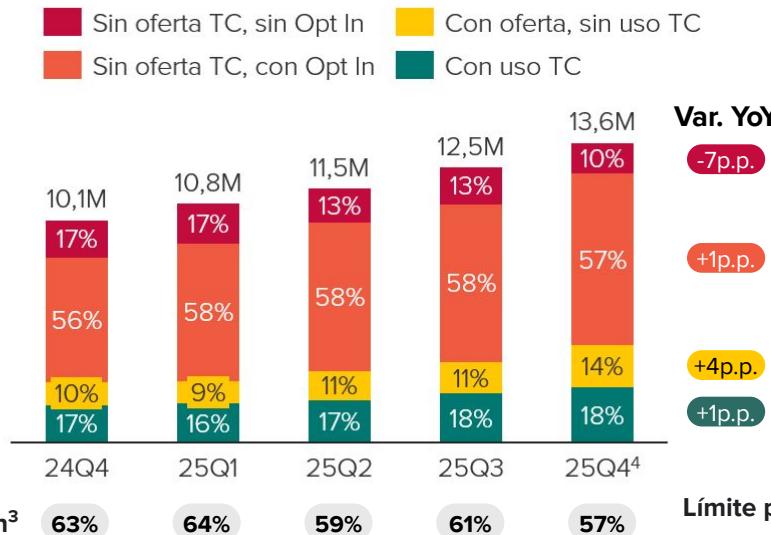
1. Individuos que declaran utilizar Credit Card, aquellos que seleccionan "Utilizar la tarjeta de crédito" | 2. ¿Cuál es el principal motivo por el que eliges utilizar la tarjeta de crédito de [MARCA]? | 3. Beneficios incluye MSI en Mercado Libre (solo para MP) y en otras tiendas, Cashback y Tiene descuentos atractivos



Si bien el límite promedio de Tarjeta de Crédito en Mercado Pago continúa con tendencia positiva, la penetración se mantiene en ~18%

57% de los usuarios con oferta utiliza la TC;
10% MAUs con oferta no usa su TC

[Evolución real de oferta¹ y uso² de TC - MAUs promedio del Q]



Share de usuarios con límite de Tarjeta de Crédito mayor a \$12K aumenta de 35% a 39% YoY

[Evolución límites de TC con uso]



1. Incluye ofertas 'accepted' y 'pending' | 2. Realizó al menos un pago en los últimos 90 días | 3. Share de usuarios que usaron la tarjeta en los últimos 90 días sobre el total de usuarios con oferta de TC accepted o pending | 4. Incluye datos hasta Noviembre cerrado | 5. NPS Competitivo | 25Q3-25Q4

Next Steps

- Análisis sobre awareness y entendimiento de los beneficios de la TCMP M.Scarafia 25Q1

Agenda

1. Evolución NPS Competitivo
2. Evolución de MAUs y Principalidad

3. Batallas 2026

Cuenta Remunerada

Credits

Tarjeta de Crédito

Seguridad

4. Anexo

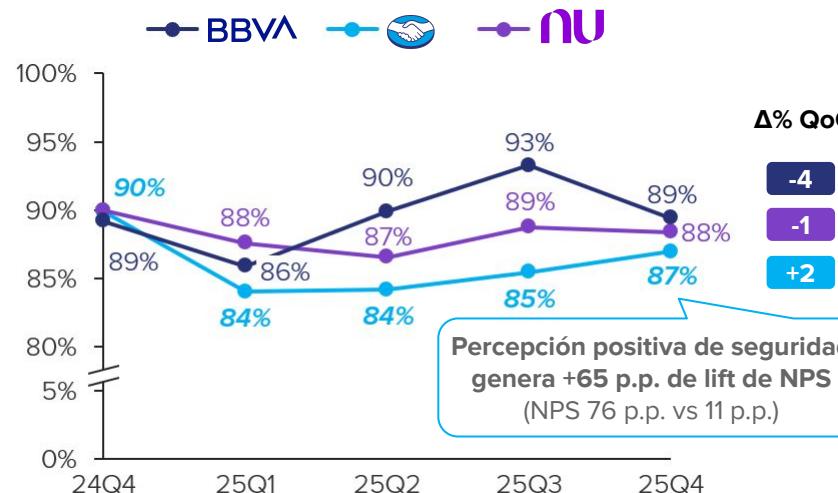




En 25Q4 la valoración de seguridad en Mercado Pago aumenta 2p.p., alcanzando 87%; No conocer las medidas de seguridad principal fricción

Mercado Pago tiene un gap de -1p.p. con Nu y -2p.p. con BBVA en valoración de seguridad

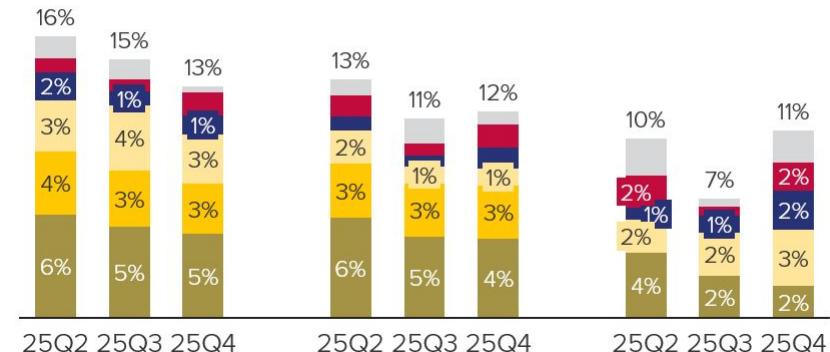
[Evolución de valoración positiva de seguridad¹]



vs NU	-	-4	-3	-4	-1
vs BBVA	+1	-2	-6	-8	-2

Cross banco principales quejas son por no conocer las medidas de seguridad

[Motivos valoración negativa de seguridad¹]



1. Del 1 al 5, ¿qué tan segura consideras que es tu cuenta de [MARCA]? Consideraremos que seguridad de [MARCA] es percibida como positiva cuando elige 4 o 5; y negativa con 1, 2 y 3.

Comentarios principales casuísticas



No conoce medidas - 5%

50% hackeos, 30% desconocimiento general

[¿Podrías decirnos frente a qué peligros crees que [MARCA] no tiene medidas de seguridad?]

Hackeos / Estafa - 50%

Hackers y otras formas de Ciberseguridad

“ Creo que es más fácil te hagan algún fraude

“ Robo, o hackeos, hasta que cantidad está protegido el dinero

General - ~30%

“ No conozco cuales son y frente a qué

Autorización - ~10%

Usurpación de la identidad o comprar cosas sin nip

No confío en Fintechs - 3%

40% falta de sucursal, 40% información accesible a hackeo

[¿Qué peligros crees que tienen los bancos digitales para no darte confianza vs bancos tradicionales?]

Sucursal / Respaldo - ~40%

“ **No tener una sucursal y acudir a ver algo tangible** ya que si desaparecen no sabes dónde poner una queja

“ Creo que al **no estar respaldados** por bancos conocidos y **no tener lugares físicos** es difícil tener respaldo

Información accesible - 40%

“ Que **toda la información está en la red** y alguien podría usarla mal

Son más vulnerable

Conocidos/Noticias de problemas - 3%

30% hackeos, 28% falta de dinero, 25% bloqueo de cuenta

[¿Podrías contarnos qué problemas tuvieron tus conocidos o qué decía la noticia?]

Hackeos - 30%

“ **Les robaron sus datos y pudieron acceder a su cuenta y así realizar pagos**

“ Les tomaron dinero de su cuenta que tenían depositado, para **cobros no autorizados o cobros no pedidos**

Falta de dinero - 28%

“ **Su dinero en cuenta simplemente desapareció** y colocaron una denuncia pero no obtuvieron respuesta

Bloqueo de cuenta - 25%

“ Les cancelaron las cuentas y pues no pueden recuperar el dinero

Medidas insuficientes - 1%

30% falta de respaldo y 25% hackeos

[¿Podrías decirnos frente a qué peligros crees que [MARCA] no tiene medidas de seguridad suficientes?]

Falta de respaldo - ~30%

“ no tiene respaldo IPAB

“ **No me da confianza meter dinero, no sé qué porcentaje está asegurado**

Hackeo - 25%

“ **Robo de identidad**

“ [...] **pude acceder a ella por medio de la aplicación de mercado libre y ahí ni pide contraseña para acceder a ella fue un error de la app pero paso**

Compras/Tarjeta - ~15%

“ [...] **el uso de la tarjeta me parece vulnerable o no rastrea compras atípicas**

Campañas e iniciativas de seguridad en México



Percepción de seguridad

- Claims de Seguridad in app:
 - Push sobre CCV dinámico TC [25Q3]
 - Push herramientas de configuración de seguridad [25Q3]
 - Slogan de seguridad en apertura app (screen-lock) [25Q4]
- Nuevas herramientas en el Hub de seguridad: (Passkey, Alertas de Seg. y Geo) [25Q4]



Facilitar denuncias y prevenir fraude en transacciones

- Freezado de dinero y Cobertura UAV [25Q2]
- Relanzamiento de Hub de Seguridad¹ [25Q3]
- Bloqueos de fondeo de cuenta (credits y debines) para evitar estafas en llamada [25Q4]
- Modelos machine learning en rechazos de transferencias a cuentas externas [25Q4]



Plan 2026 (TBD ETAS)

- Percepción de seguridad:
 - Claims de seguridad in App y Campañas MKT/PR
 - Herramientas de configuración de seguridad: Modo blindado
- Facilitar denuncias y prevenir fraude
 - IA conversacional (Maxwell) para denunciar, clasificar y gestionar los casos de denuncia
 - Warning en transacciones riesgosas, para prevenir estafas

Mercado Pago • ahora ▾

Tu tarjeta ahora con CVV dinámico
El código cambia cada 5 minutos o después de cada pago. Compra de la forma más segura.



1. Tiene todas las herramientas de configuración de seguridad, accesible desde perfil y trajimos al frente el Hub de denuncia (accesible desde el hub de seguridad a reduciendo de 4 a 1 click)

¡Muchas gracias!



25Q4

Anexo



Usuarios Turbinados - Línea del tiempo de comunicaciones de Pots (~180k)



Crece 15% anual

Las mejores ganancias ahora están en "Apartados"

A partir de ahora, tu dinero crece al 15% anual en "Apartados" y al 10% anual en tu cuenta.

[Conocer más](#)

Las mejores ganancias ahora en "Apartados"

Apaga tu dinero y recibe (15%) 🔥
Tus apartados te dan ganancias del (15%) anual. ¡Aprovechalo!

Mercado Pago • ahora ▾

Apaga tu dinero y recibe (15%) 🔥
Tus apartados te dan ganancias del (15%) anual. ¡Aprovechalo!

Crece 15% anual

Tu dinero puede crecer más 🔥
Guarda dinero en "Apartados" y aprovecha ganancias del 15% anual.

Crece 15% anual

Apara tu dinero y recibe ganancias del 15% anual

Ahora tu dinero en "Apartados" crece más. ¡Aprovechalo!

[Apagar dinero](#)

Crece 15% anual

Recibe ganancias del 15% anual en "Apartados"

Tu dinero crece más cuando lo apartas. ¡Aprovechalo!

[Apagar dinero](#)



[Conocer más](#)

Comunicaciones adicionales productivas para usuarios Test



Tu dinero

Disponible **\$ 21,000**

Generando ganancias **\$ 21,000** >
Obtuviste **\$ 74,05** en los últimos 12 meses

Movimientos de tu dinero

- Pago - \$ 728⁰⁰ Shelby Café Hoy
- Dinero recibido + \$ 600⁶⁰ Rosa Ventura Ayer
- Compra de A... - \$ 22.999¹² Mercado Libre 12 de agosto

Consultar más movimientos >

Haz más con tu dinero

GANANCIAS DE HASTA 15% ANUAL 🔥 INGRESA \$ 3,000 ESTE MES Y CONTINÚA CON LA MEJOR TASA

Tus gastos

Detalle de ganancias

Dinero total generando ganancias **\$ 1,500**

Ganancia **Crece 14% anual**

Ingresá dinero y sigue con ganancias de hasta [15%] anual en [mes+]. 🔥
Te falta ingresar [**\$ 3,000**] en [mes]

Anual Mensual

Ganancias **\$ 74⁰⁵** Última ganancia + **5.60**

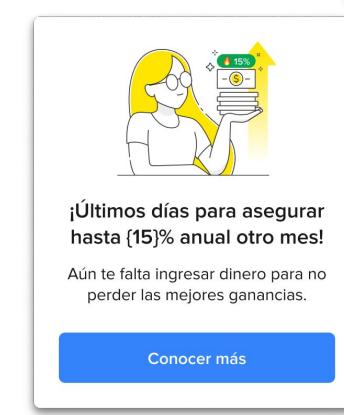
Jun. 2020 **\$ 149.15**

Mercado Pago • ahora

Subimos tus ganancias al 15% 🔥
Ahora tu dinero crece al 15% anual en "Apartados" y 10% anual en tu cuenta.

Mercado Pago • ahora

Continúa con hasta [15%] anual 🔥
Ingresá (\$ 3,000) este mes y asegura las mejores ganancias en (mes+1).



En cada MoneyIn

Mercado Pago • ahora

Asegura tus ganancias de hasta [15%] anual
Ingresá \$ (1,800) más durante este mes para seguir con hasta [15%] en (mes+1). ¡Puedes usar tu dinero sin perder el beneficio!