

CX FINTECH

# NPS Competitivo Individuos México 25Q3

Octubre 2025



# Agenda

---

- 1.** Evolución de Experiencia
- 2.** MAUs & Principalidad
- 3.** Drivers de experiencia



# Agenda

---

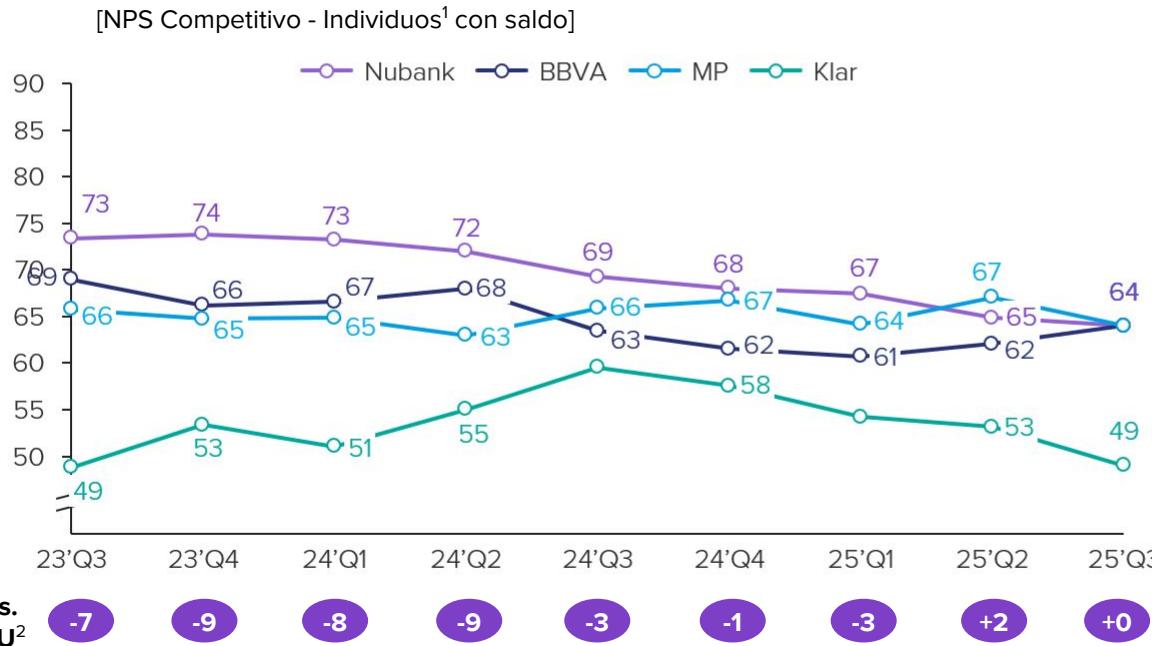
- 1.** Evolución de Experiencia
- 2.** MAUs & Principalidad
- 3.** Drivers de experiencia





## Mercado Pago cae 3p.p. NPS e iguala a Nu en 64p.p.; ambos siguen liderando en experiencia junto a BBVA, que incrementa 2p.p.

**NPS Mercado Pago -3 p.p., por caída en usuarios de Credits con NSE bajo y incremento en quejas por rendimientos**



### Principales conclusiones

**Mercado Pago:** NPS -3p.p., (i) ~2p.p. por -17p.p. NPS en usuarios que usan Credits con NSE bajo (C,D,E) 11% de la base principalmente por quejas por tasa de financiamiento (ii) ~1p.p. por **baja de tasa durante Q2** de 15% a 14% en Winners y de 10% a 8% de no winners

**Nubank:** NPS -1p.p., (i) ~-2p.p. por **baja de tasas en Cuenta Remunerada y Plazos Fijos** (TNA ~-2p.p.) que genera -5p.p. de NPS en estos usuarios (72p.p. a 67p.p.) y -2p.p. de penetración (43% a 41%). (ii) **Compensa +1p.p. por +2p.p. NPS en credits** (48% penetración) principalmente por mejoras en límite declarado.

**BBVA:** NPS +2p.p. principalmente por aumento en el NPS de quienes usan TC (+15p.p.), con +3p.p. en uso (22% a 25%) tras campaña Hot Sale con MSI;

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

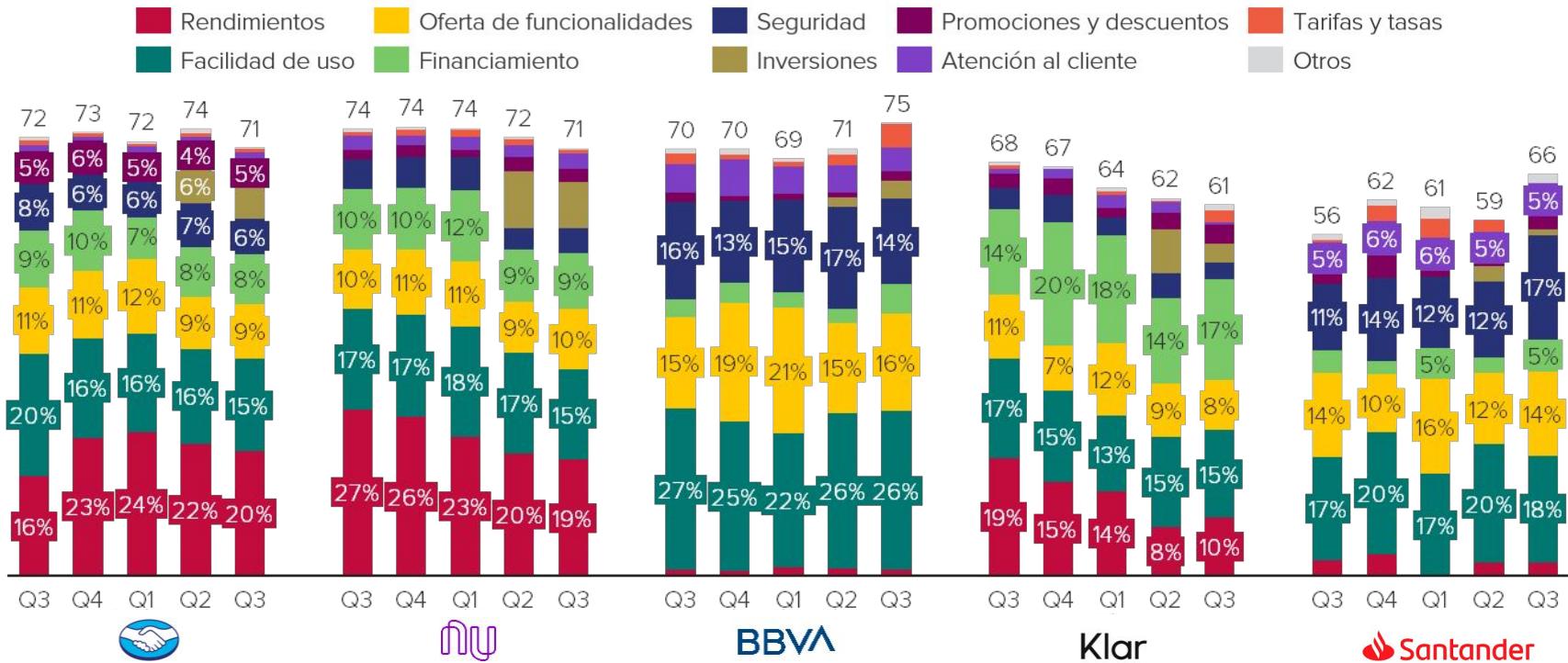
2. Objetivo 25Q4: [GAP vs. NU = +2p.p.]



# Rendimientos es lo más valorado en Mercado Pago y Nubank; Facilidad de uso en BBVA, Klar y Santander



[Evolución motivos de promoción<sup>1</sup> - Individuos con saldo]



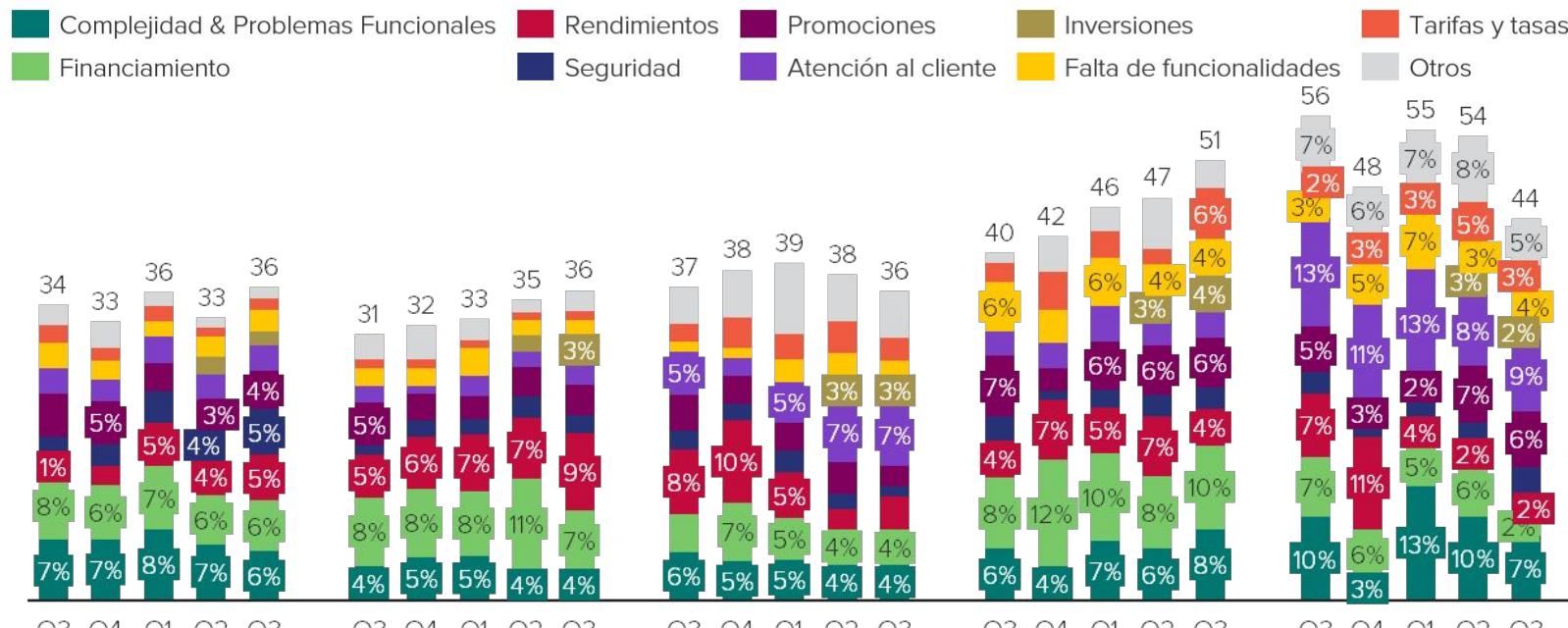
1. A partir de 25Q2 se agregó el motivo 'Inversiones'



# Complejidad, Financiamiento, Rendimientos y Promociones & Descuentos son los principales motivos de queja cross competidor



[Evolución quejas<sup>1</sup> (puntos de NPS perdidos) por motivo<sup>2</sup> - Individuos con saldo]



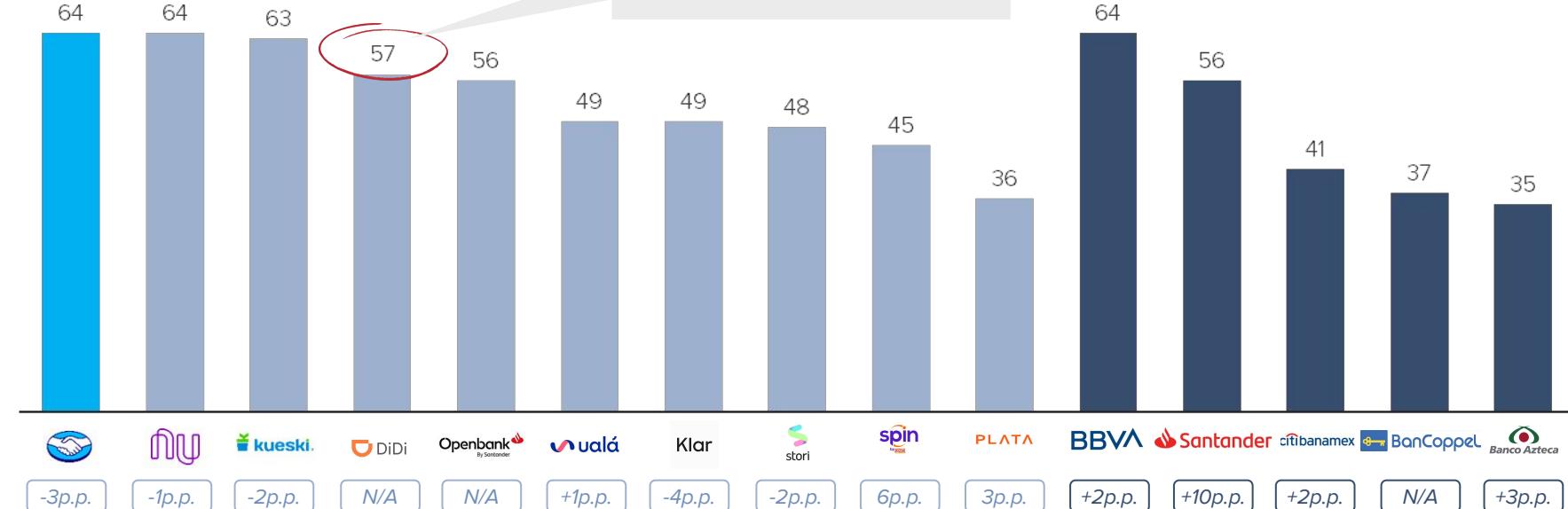
1. Motivos de detracción X2 + neutros | A partir de 25Q2 se agregó el motivo 'Inversiones' | Retaggueado en Mercado Pago y Nubank

# Fintechs con +7p.p. de NPS vs Bancos Tradicionales; Mercado Pago y Nubank líderes en fintech, BBVA en tradicionales



[NPS Competitivo – Individuos<sup>1</sup> con saldo 25'Q3]

Didi integra en su app transporte  
y servicios financieros con >30M  
MAUs<sup>3</sup>



53.p.<sup>2</sup>

Fintechs

46p.p.<sup>2</sup>

Bancos tradicionales

+7p.p.

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

3. [\[Link nota Didi\]](#)

# Value prop de Didi concentrada en Tarjeta de Crédito sin anualidad y Cuenta con 15% de rendimiento; los usuarios se quejan de Financiamiento y promociones



Mercado Pago ofrece una mayor variedad de productos

Financiamiento es lo más valorado en Didi

10% de quejas por financiamiento, 6% por promociones

Penetración declarada



	Penetración declarada	Didi	
Servicios	27%	✓	23%
Transferencias	52%	✓	16%
Cash in/out	7%	✓	7%
Remesas	1%	✓	N/A
Nómina	N/A	✗	N/A
TD	9%	✓	N/A
TC	16%	✓	40%
Créditos	44%	✓	74%
Cta. Rem.	29%	✓	10%
Plazos fijos	✗	✗	

**NPS Competitivo  
25Q3**

64p.p.

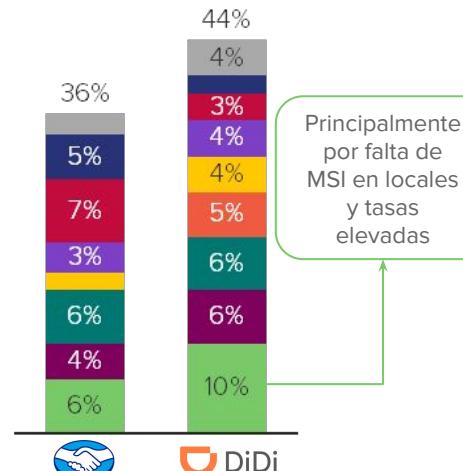
57p.p.

[Motivos promoción]



Didi card tiene >1M usuarios activos  
56% usuarios declaran crear la cuenta para acceder a TC o créditos

[Quejas<sup>1</sup>]



Principalmente por falta de MSI en locales y tasas elevadas

1. Motivos de detracción X2 + neutros | Didi (cuenta general) cuenta con +30M usuarios en Mexico [link] | 2. Didi card supera el 1M usuarios en México [link]

Complejidad/Facilidad de uso      Oferta func.      At. al cliente      Seguridad      Otros  
 Financiamiento      Promociones      Rendimientos      Tarifas

# Usuarios de Didi valoran el acceso a financiamiento, los rendimientos y la simplicidad de la app



Promoción: usuarios valoran principalmente el financiamiento, rendimientos y simplicidad



## Financiamiento

*“Por la DidiCard y el 1% de cashback de su tarjeta de crédito, además de otras promociones que tiene”*

*“Obtuve Didi para transporte y ahí me dieron la oportunidad de adquirir Didi prestamos y también Didi card”*

## Rendimientos

*“la Didi cuenta tiene una tasa competitiva 15% y hay promociones interesantes”*

*“Ofrece un buen rendimiento con dinero disponible 24/7”*

*“Abri mi cuenta por el 15 % de rendimiento”*

## Simplicidad

*“Porque es facil de usar y no te ponen trabas para hacer préstamos”*

*“Es una aplicación muy accesible”*

Quejas: los usuarios reclaman por intereses de la TC, falta de información de rendimientos y complejidad



## Financiamiento

*“Te saca del apuro pero los intereses son altos”*

*“Tienen intereses muy altos tanto en préstamos como en Didi card. Creo que deberían dar una tasa de interés más baja y no obligar a que sea en quincenas”*

## Promociones

*“ME GUSTARIA MAS PROMOCIONES Y CASH BACK”*

*“Me gustaría que hubiera más ofertas o cupones en la app”*

*“La tarjeta de crédito no aplica en muchos negocios a meses sin intereses”*

## Complejidad

*“La mezcla de aplicaciones en una sola resulta confuso”*

*“La app es confusa a veces”*



# Didi centra su value prop en la TC con 6% de cashbacks y la cuenta remunerada con 15% de rendimiento



Comunican cashback de hasta 6% en TC, con tope de \$300

15% de rendimiento diario, límite de depósito de \$25k MX mensual

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



**El 6% de Cashback de la DiDi Card es selectivo:** lo obtienes solo en una categoría mensual elegida por ti y tiene un límite de \$300 pesos al mes. Para el resto de categorías hay 2% de cashback



El 15% de rendimiento de DiDi Cuenta aplica sobre todo tu saldo, sin límite en el monto que genera ganancias. Sin embargo, **la cuenta tiene un tope de depósito máximo mensual de alrededor de \$25,500 MXN.**



el monto máximo al que puedes acceder con DiDi Préstamos es de \$46,800 MXN.



# NPS usuarios Silver y Bronze que usan credits cae 17p.p., principalmente por peor percepción de tasa de financiamiento

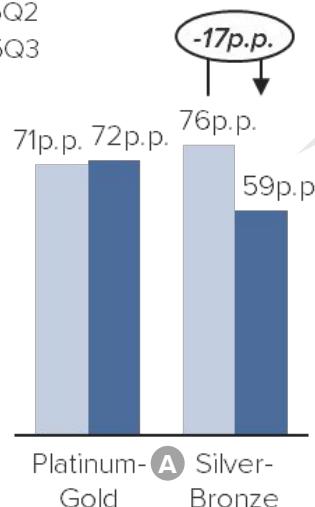
A

Silver-Bronze

**NPS usuarios Silver y Bronze que usan credits cae 17p.p.**

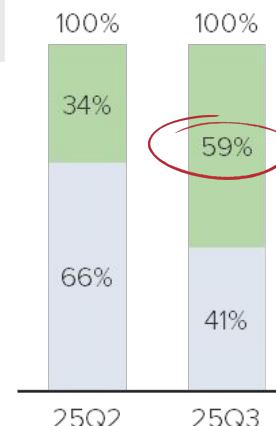
[NPS usuarios que declaran utilizar créditos por NSE<sup>1</sup>]

25Q2  
25Q3



**~60% de créditos tomados en 25Q3 fueron MxP**

[Share Creditos tomados MxP vs Balance 25Q2-25Q3 | Bronze-Silver]



**Usuarios perciben aumento de tasa**

[Quejas por tasa financiamiento | 25Q3 Bronze- Silver]

**Tasa de financiamiento**

**porque estan muy altos los intereses de sus préstamos**

**Altos intereses al solicitar un crédito en Mercado Pago**

**Suben mucho el interés y ya no suben más el límite de crédito**

**Next Steps**

- Aumentar la capacidad de pago a 1x y 3x con Más RCI y Menos Plazo - **Luis Murillo 25Q3 (ongoing)**

- Salida de portafolio de RCI Decreciente - Owner: **Producto 2026**

**Share<sup>2</sup>:** 33% 11%



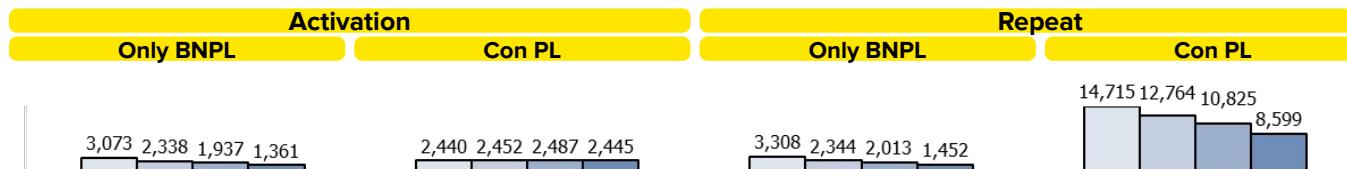
1. Platinum y Gold: AB, C+, C. Silver y Bronze: C-, D+, D | 2. Share sobre el total de encuestados por NPS Competitivo

# [Calidad de Oferta - Scorecard a Junio-25] - Balance

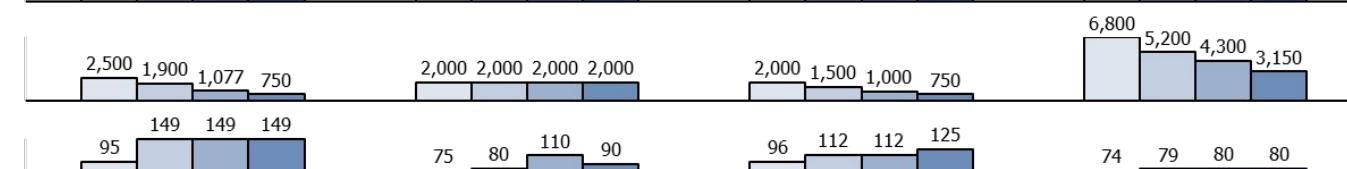
Platinum  
Gold  
Silver  
Bronze

Jun-25

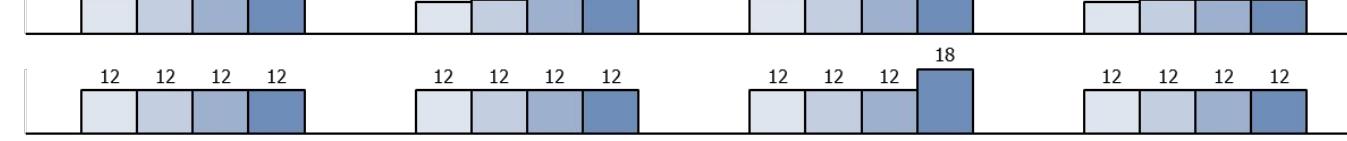
Límite Prom.



Límite p50



Tasa p50

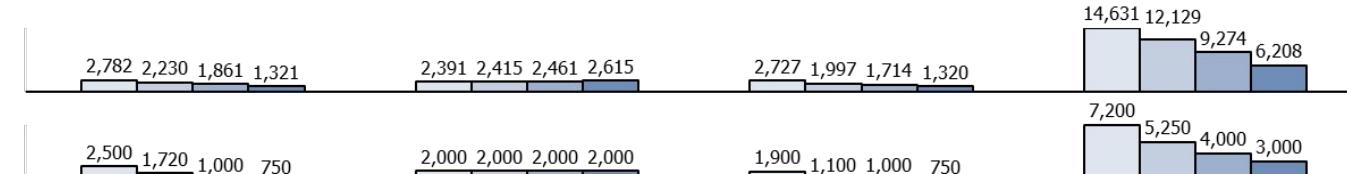


Plazo p50

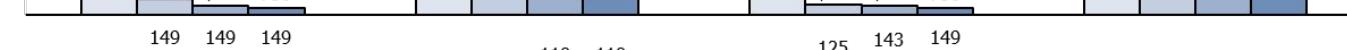


Sept-25

Límite Prom.



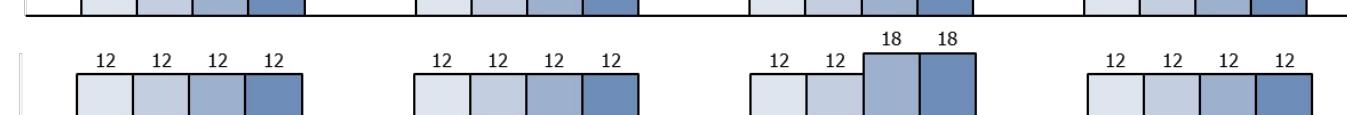
Límite p50



Tasa p50



Plazo p50



# [Calidad de Oferta en MxP - Scorecard]

Platinum  
Gold  
Silver  
Bronze

Share Oferta\$  
Share Originación\$

## Activation

### Only BNPL

### Con PL

## Repeat

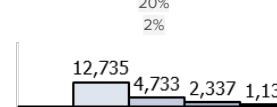
### Only BNPL

### Con PL

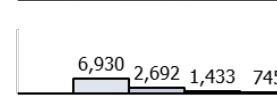
14% en balance

Sept-25

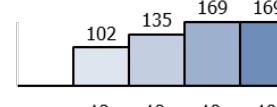
Límite Prom.



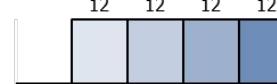
Límite p50



Tasa p50

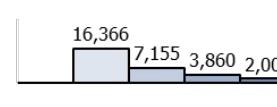


Plazo p50

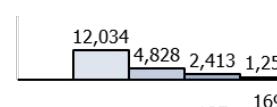


Jun-25

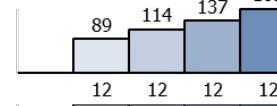
Límite Prom.



Límite p50



Tasa p50



Plazo p50



### Con PL

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

### Only BNPL

### Con PL

14% en balance

### Only BNPL

### Con PL

38% en balance

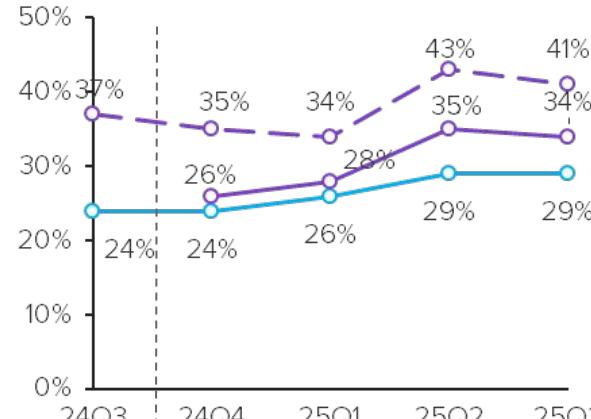
# Uso declarado Cuenta Remunerada en Mercado Pago aumenta de 24% a 29% YoY; Continúa caída de NPS en NU tras baja continua de tasas



- 24Q3-24Q4**
- Tasa 15% para todos los opt-in**
  - NU** Baja progresiva de tasas (~15% a ~13%). **Suma plazo fijo de 90d manteniendo ahí tasa 15%**
- 25Q1**
- Lanzamiento Challenge Cuenta Pro (15% Winner, Not Winner tasa GBM (~10%)**
- 25Q2**
- Baja de tasa usuarios Cuenta Pro (15% a 14%). Suba al resto (~8% a ~10%)<sup>1</sup> pero luego vuelve a bajar a 8%**
  - NU Lanza Cajita Turbo con 15%; Baja tasas del resto de cajitas (TNA cae entre 2 y 3 puntos según plazo)**
- 25Q3**
- NU Baja de tasa de todas sus cajitas y Plazos Fijos al 8% (salvo turbo)**

**Uso declarado de Cuenta Rem. y Plazo fijo cae de 43% a 41% en Nu**  
 [Evolución uso declarado Cuenta Rem. y Plazos Fijos]

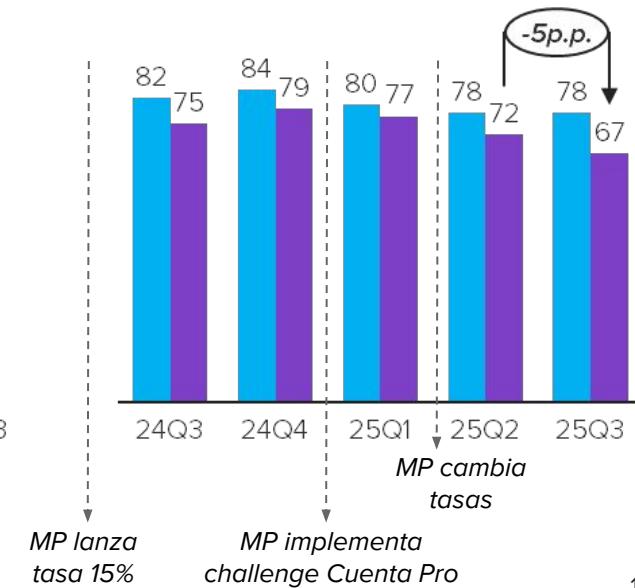
— MP Cta Rem — Nu Cta Rem  
 —○— Nu Cta Rem y Plazos Fijos



A partir de 24Q4 aperturamos plazos fijos de Cuenta Remunerada

**NPS Nu -5p.p. vs 25Q2 por la baja de tasas en sus cajitas**

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

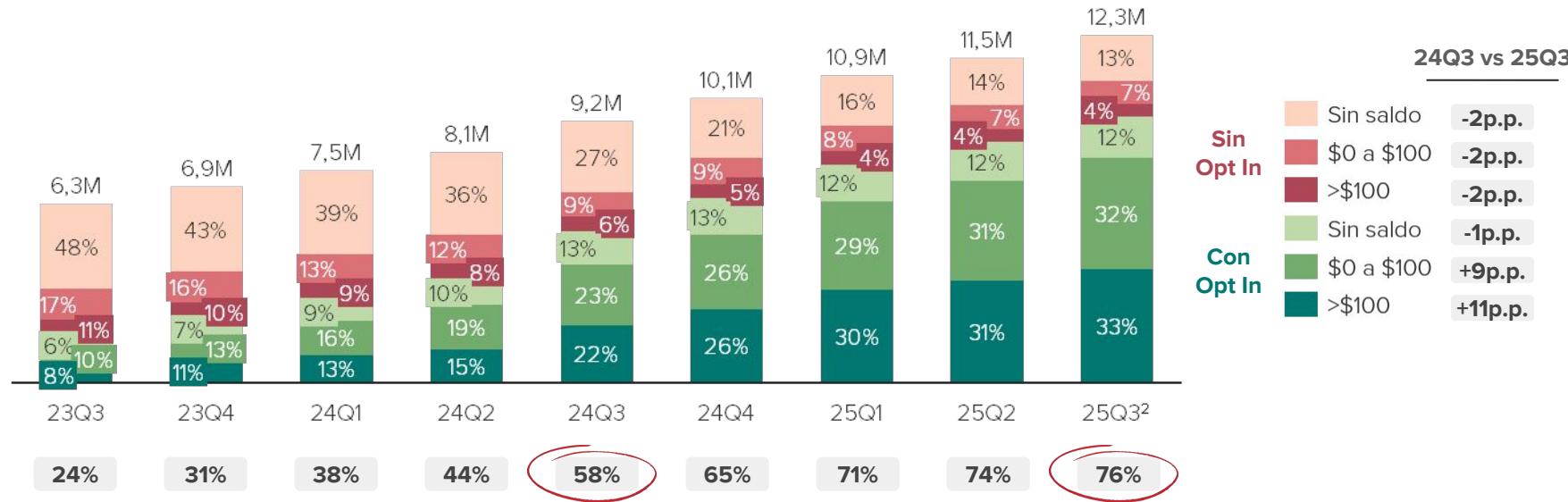


1. Durante junio 2025 la tasa de no winners se bajó a la tasa de GBM (~8%)

# Share de MAUs con Opt In con tendencia positiva pasando de 58% en 24Q3 a 76% en 25Q3; usuarios con saldo promedio invertido mayor a \$MX100 aumento 11p.p. vs 24Q3



[Share promedio de MAUs según saldo (\$MX) y status de inversión<sup>1</sup>]



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. 25Q2 incluye datos de abril + mayo



## -8p.p. NPS en usuarios que declaran ingresar más de \$3000 MX desde 25Q1; 52% MAUs tiene Opt In pero no cumplio el challenge, 29p.p. entiende cómo hacerlo

NPS de quienes declaran ingresar más de \$3000 MX -8p.p. vs 25Q1

[NPS Competitivo usa Cta. Rem.  
con MP según monto ingresado declarado]

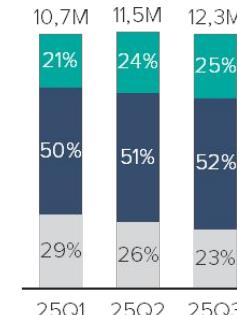
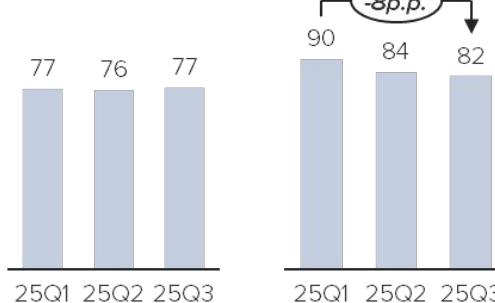
Share de winners alcanza 25% en Q3, 52% con opt-in pero no cumple

[Share Winners y Opt In - MAUs MP]

Menos \$3000

Más \$3000

+5p.p. quejas por rendimiento Q1 vs Q3



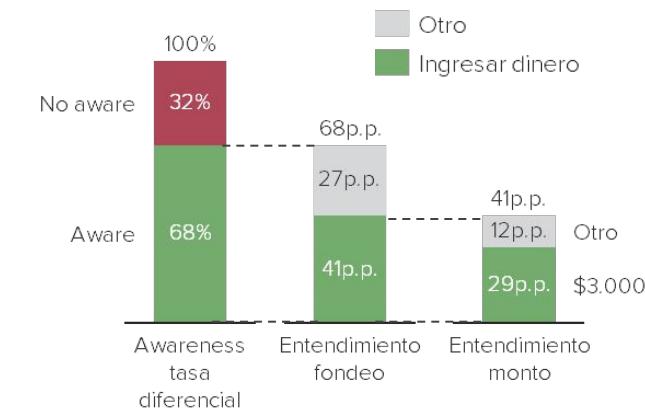
### Next Steps

- Boost temporal de comunicaciones masivas a usuarios del desafío | **ETA 25Q4 - J. Gonzalez**
- Comunicaciones de refuerzo para explicar al usuario que no debe mantener saldo | **ETA 25Q4 - J. Gonzalez**

A No Winner; Con Opt In

68% conoce el programa, 29p.p. sabe que debe ingresar \$3000

[Awareness tasa diferencial<sup>1</sup>, entendimiento de challenge<sup>2</sup> | NPS Relacional]



“

PORQUE ANTES TENÍAN UN RENDIMIENTO DEL 15% Y LO BAJARON AL 14%



1. ¿Sabías que puedes acceder a una tasa de rendimiento diferencial interactuando con tu cuenta de Mercado Pago?

2. Para alcanzar la tasa diferencial de 15% de rendimientos debo... | ¿Cuánto dinero debes ingresar en el mes a tu cuenta de Mercado Pago para obtener la tasa diferencial de 15%?



## Reducción continua de tasas de Nubank genera -10p.p. de NPS en usuarios que declaran invertir en Nu vs 25Q1 , awareness de tasa diferencial en 48%

Nubank redujo ~-2p.p. tasa en todas sus cajitas durante Q3

[Evolución tasa cajitas Nubank | 25Q1-25Q3]

	25Q1	25Q2	25Q3
C.Turbo 24/7	N/A	15%	15%
Disponible 24/7	12%	9%	~8%
7 días	12,30%	10,30%	~8%
28 días	12,62%	10,86%	~8%
90 días	14%	12%	~8%
180 días	11,76%	10,76%	~8%

Penetración<sup>2</sup>:

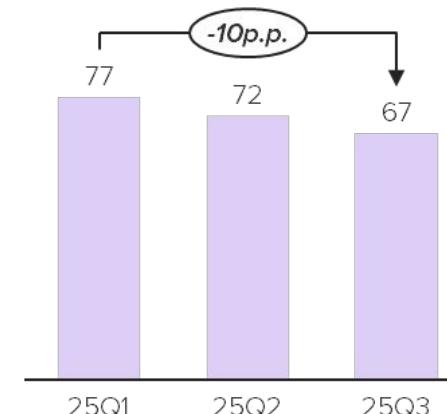
34%

43%

41%

NPS usuarios que invierten en Nu cae 10p.p. desde 25Q1

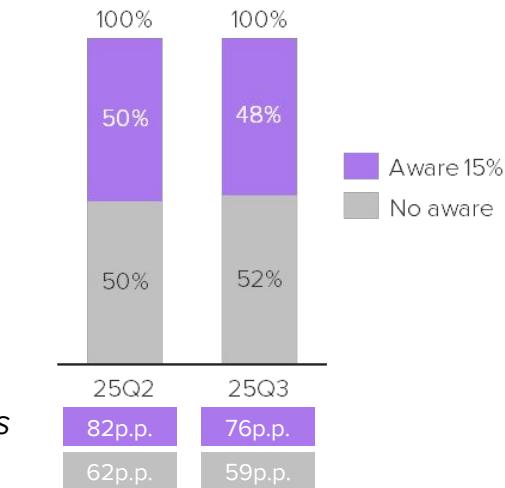
[Evolución NPS Competitivo usuarios que declaran invertir en Nu]



52% usuarios que invierten en Nu no aware del 15%, con 59p.p. NPS

[Awareness 15%, usuarios que declaran invertir en Nubank<sup>1</sup> | 25Q2-25Q3]

“Antes era muy buena opción, pero cada vez baja mucho más y más rápido la tasa de inversión”



1. Por favor, selecciona la opción que creas correcta para completar la siguiente frase pensando en. Nubank ofrece como Ganancias máximas (9%;10%;12%;12,5%;15%)
2. Penetración declarada inversiones en Nu (Plazo fijo + Cuenta Remunerada)



# De los usuarios que declaran invertir en Nu, solo 23p.p. declara usar Cajita Turbo, con 77p.p. de NPS

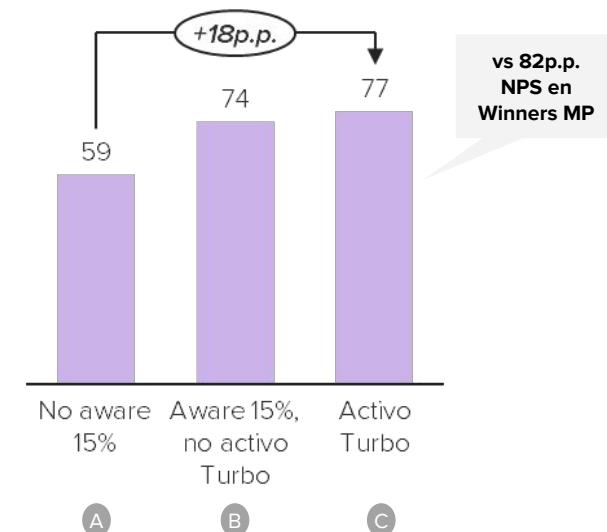
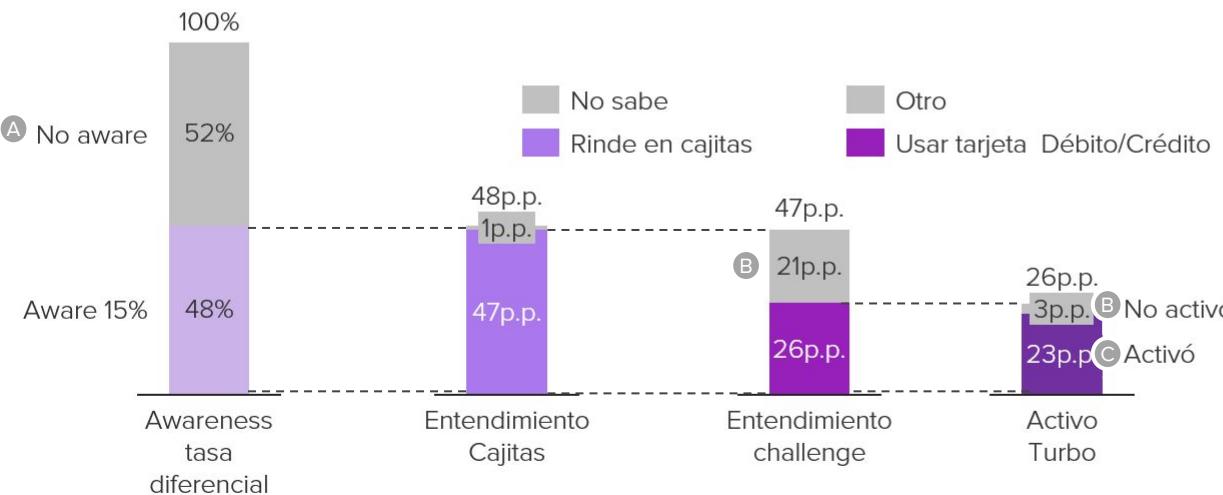


De los usuarios que declaran invertir en Nu, solo 23p.p. declara haber activado Cajita Turbo

[Awareness tasa diferencial<sup>1</sup>, entendimiento Cajitas<sup>2</sup> de challenge<sup>3</sup> | Activación declarada<sup>4</sup> | NPS Competitivo]

+18p.p. lift en usuarios que declaran utilizar cajitas vs no aware del 15%

[NPS Competitivo 25Q3 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%?

# Agenda

---

1. Evolución de Experiencia
2. MAUs & Principalidad
3. Drivers de experiencia



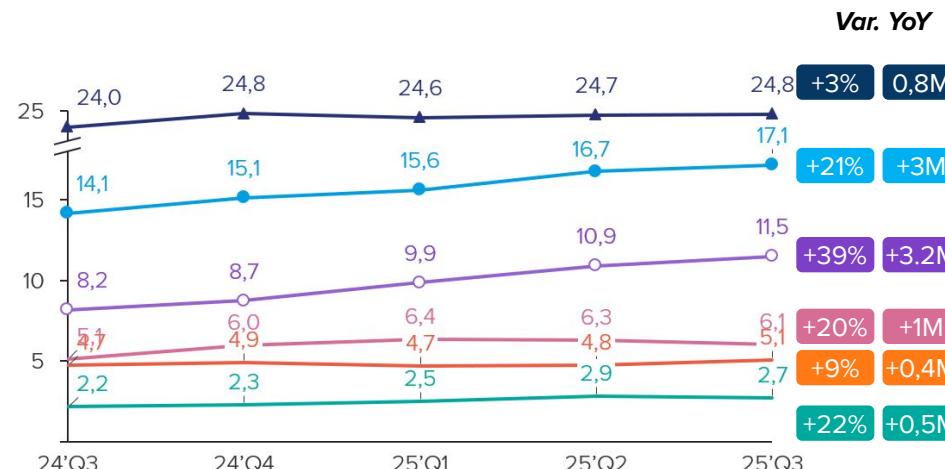


# Mercado Pago alcanza 17,1M de usuarios activos<sup>1</sup>, gap de MAUs vs Nu de 5,6M; Nu es el competidor con mayor crecimiento sobre su base YoY



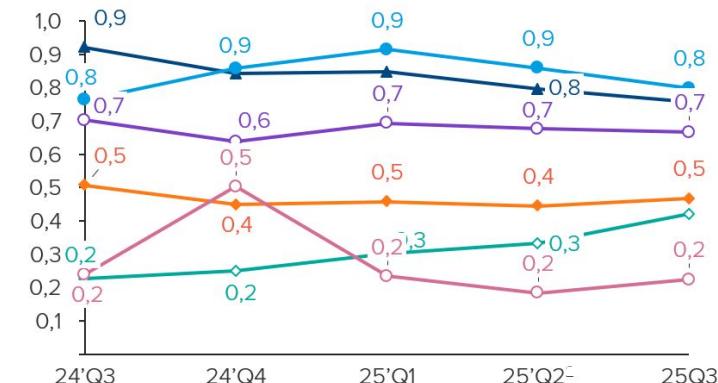
**Mercado Pago aumenta 21% usuarios activos YoY; Nu es el player con mayor crecimiento YoY sobre su base**

[Usuarios mensuales promedio<sup>1</sup> - en millones]



**MP se mantiene como líder como líder en descargas**

[Descargas mensuales promedio<sup>1</sup> - en millones]



$\Delta$  MP  
vs Nu

5,9M

6,4M

5,7M

5,8M

5,6M

—▲— BBVA   —●— MP   —○— Nubank   —◆— Spin by OXXO   —◆— Klar   —○— Stori

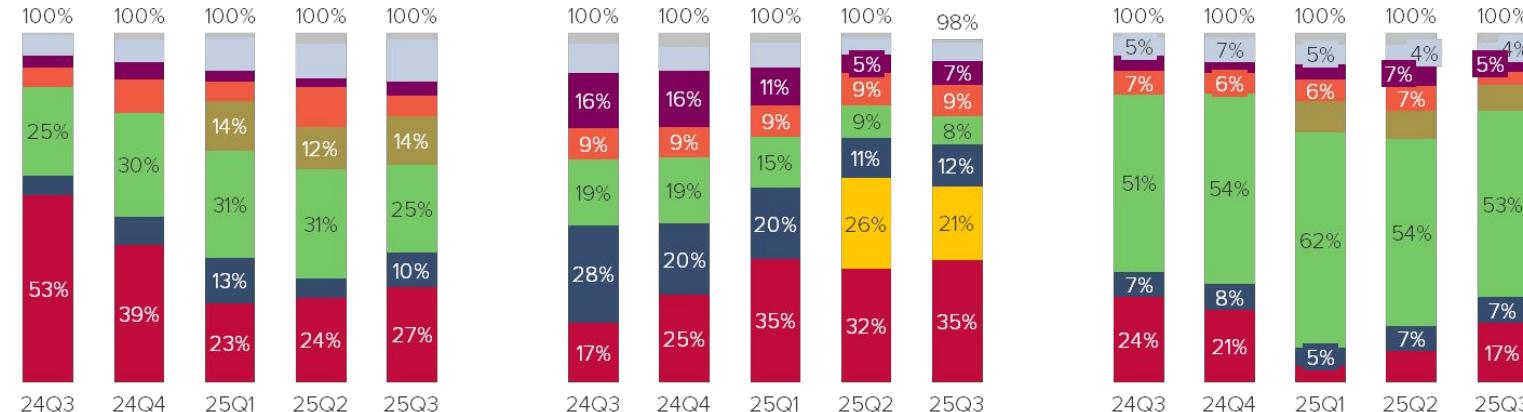


1- Fuente: Sensor Tower (ex App Annie) define usuario aquel que abrió la aplicación, puede o no haber realizado una transacción en la plataforma.

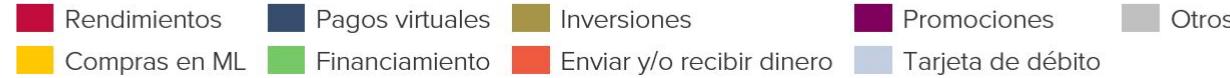


# 35% de quienes crearon cuenta en Mercado Pago en 25Q3 lo hizo por Rendimientos y 21% por Mercado Libre; en Nubank 27% por Rendimientos y 14% por Inversiones

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



*Descargas mensuales promedio<sup>1</sup>*



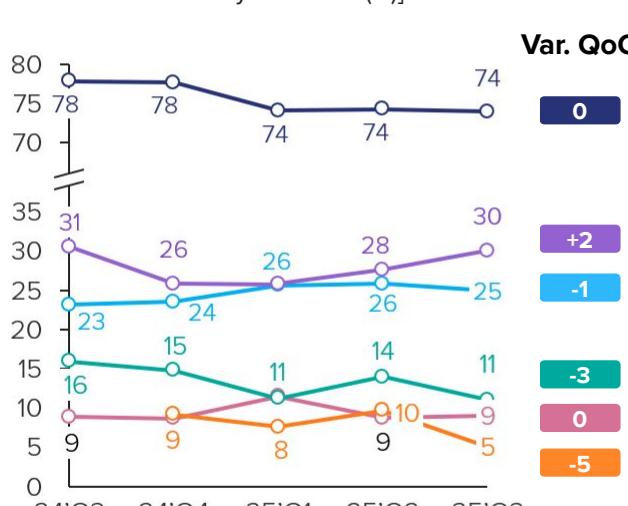
1- Fuente: App Annie; Datos de 25Q1 incluye abril y mayo 2025



# Principalidad en Mercado Pago cae 1p.p. vs 25Q2; Incrementa 2p.p. principalidad de usuarios de Nubank

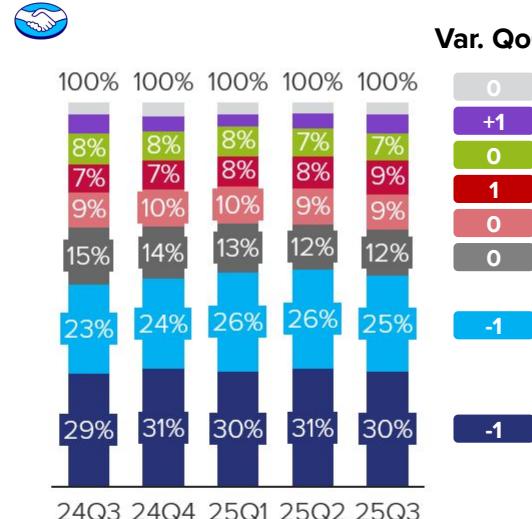
## Principalidad en Mercado Pago cae 1p.p. vs 25Q2

[Evolución Principalidad declarada<sup>1</sup> de usuarios con y sin saldo (%)]



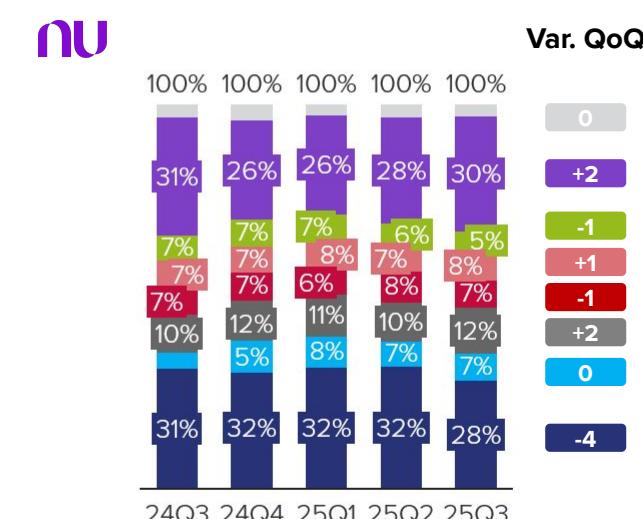
## Incrementa 1p.p. principalidad de usuarios de Nu en MP

[Evolución principalidad usuarios MP]



## Aumenta principalidad de Nu en Q3, perdida en tradicionales

[Evolución principalidad usuarios Nubank]



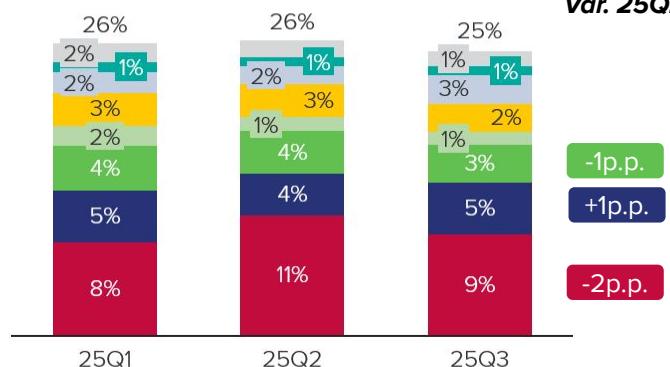
1. Entre todas las cuentas que utilizas para manejar tu dinero (Digitales o tradicionales), ¿Cuál consideras que es tu cuenta principal?

# En Mercado Pago se reduce -2p.p. de principalidad declarada por Rendimientos en Q3; Nubank sube +2p.p. por confianza en Q3



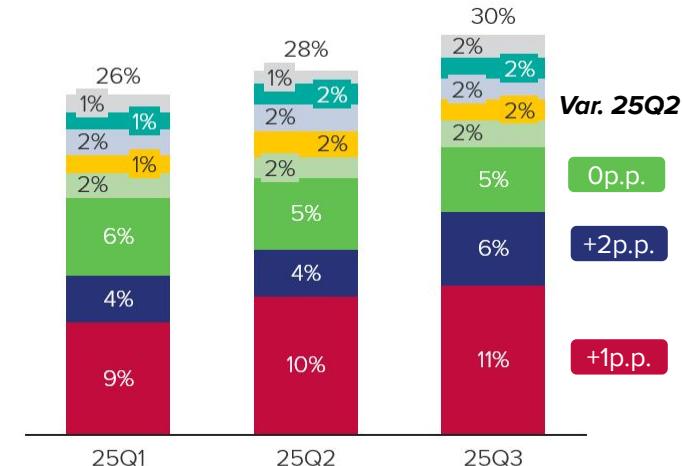
**9% de los usuarios de Mercado Pago son principales por rendimientos, +1p.p. vs 25Q1**

[Motivos de principalidad<sup>1</sup> Mercado Pago | Usuarios que declaran que es su cuenta principal]



**11% de los usuarios de Nubank son principales por rendimientos , +2p.p. vs Q1**

[Motivos de principalidad<sup>1</sup> Nubank | Usuarios que declaran que es su cuenta principal]



■ Otro      ■ Costumbre      ■ Me ayuda a organizar mis finanzas      ■ Confianza  
■ Inversiones      ■ Oferta funcionalidades      ■ Financiamiento

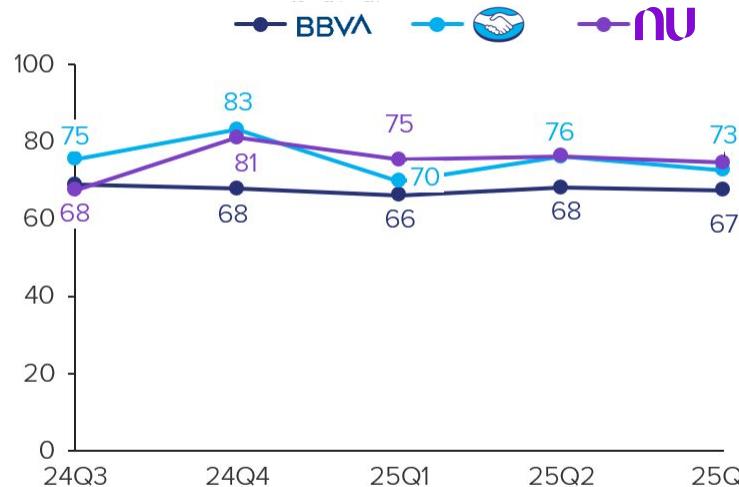
1. ¿Cuál es el principal motivo que hace que elijas a [MARCA] como tu cuenta principal?

# Si bien tiene variaciones en cada Q, en usuarios principales los NPS de Nubank y MP son similares y consistentemente superiores vs BBVA



NPS de usuarios principales en Mercado Pago es 73p.p., -3p.p. vs Nubank y +6p.p. vs BBVA

[NPS Competitivo - Individuos Principales con saldo<sup>1</sup>]

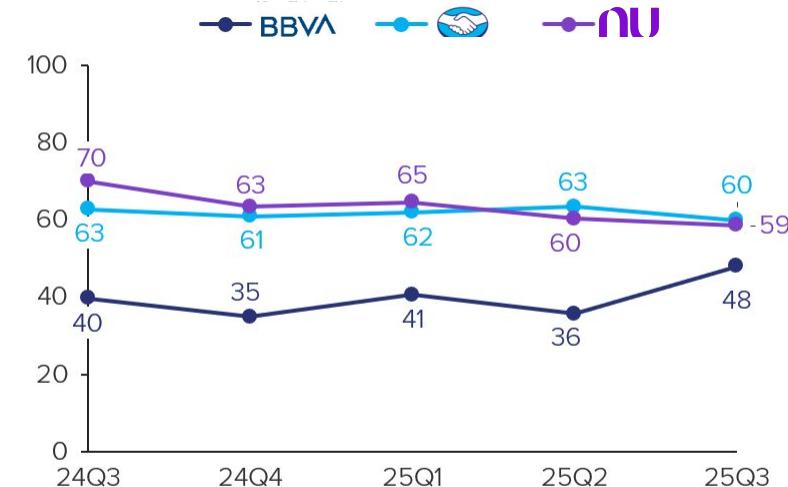


vs. NU **+6**      **+2**      **-5**      **0**      **-2**

vs. BBVA **0**      **+13**      **+4**      **+8**      **+6**

En usuarios no principales, el gap de NPS vs Nubank pasó de 7p.p. en 24Q3 a +1p.p. en 25Q3

[NPS Competitivo - Individuos NO Principales con saldo<sup>1</sup>]



vs. NU **-7**      **-2**      **-3**      **+3**      **+1**

vs. BBVA **+23**      **+26**      **+21**      **+27**      **+12**

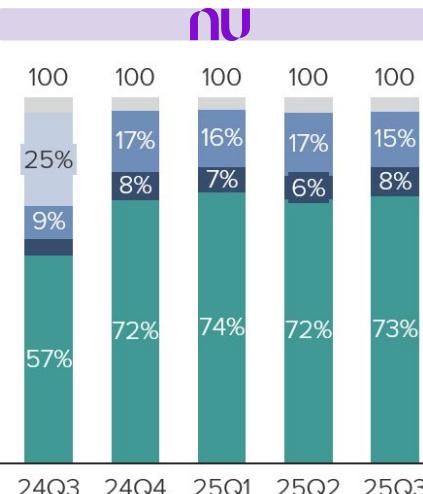
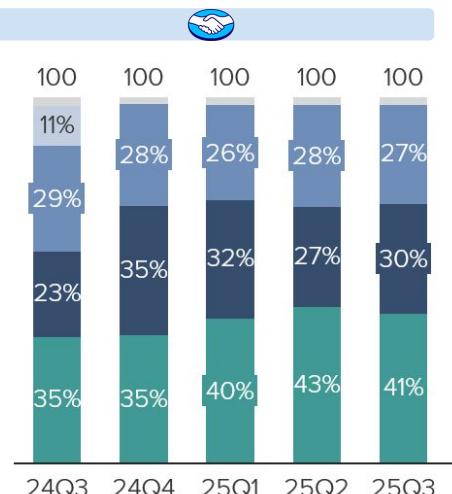
» 1. Se considera en el segmento Individuos a aquellos usuarios que no utilizan la cuenta para cobrar sus ventas

# Percepción de banco digital en MP en 41% vs 73% en Nubank; NPS de quienes consideran MP banco digital es de 71p.p., vs 65p.p. en Nubank



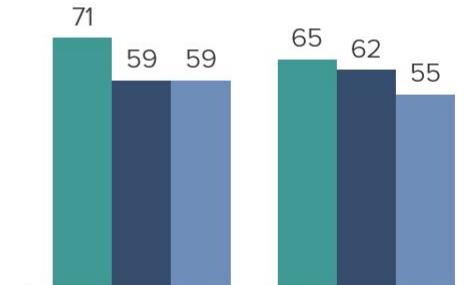
27% de los usuarios considera MP una app de pagos, 30% la considera una app de compras online

[Evolución de percepción de marca<sup>1</sup>]



Usuarios que consideran MP banco digital tienen 71p.p. de NPS

[NPS por percepción de marca - 25Q3]



■ Banco digital ■ App compras online ■ App pagos ■ App financiamiento ■ Otro

1. Motivo 'app de financiamiento' fue eliminado a partir de 24Q4

# Agenda

---

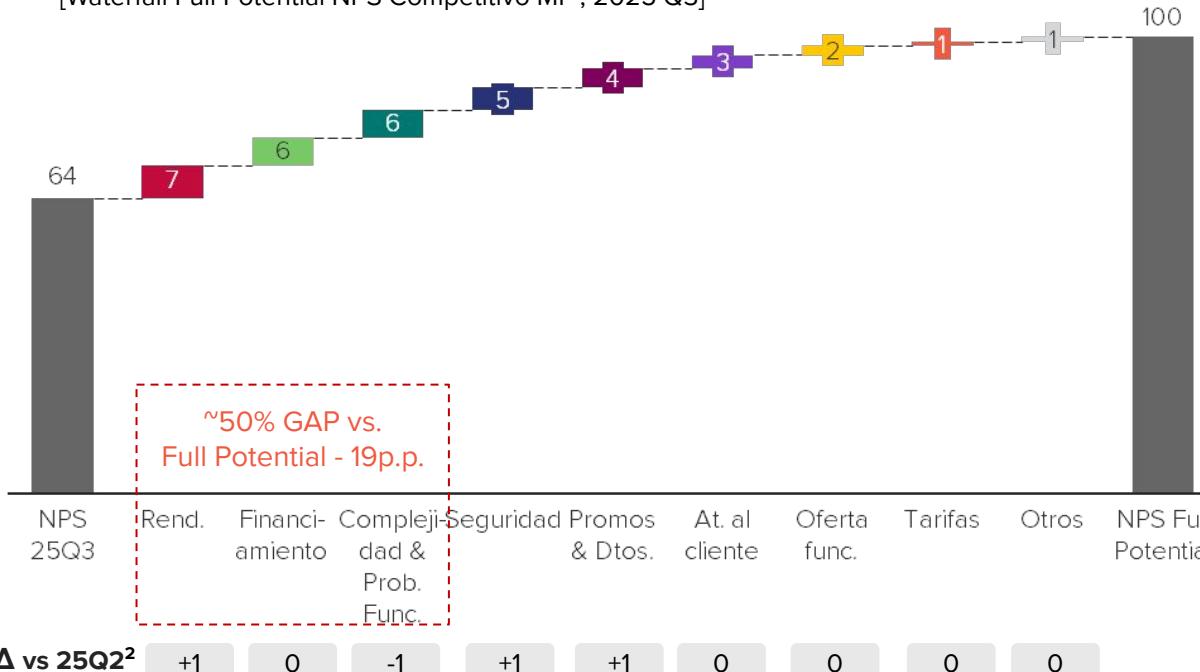
- 1.** Evolución de Experiencia
- 2.** MAUs & Principalidad
- 3.** Drivers de experiencia



# Rendimientos & Inversiones, Financiamiento y Complejidad & Problemas Funcionales explican ~50% de las quejas de los usuarios de Mercado Pago



[Waterfall Full Potential NPS Competitivo MP<sup>1</sup>; 2025 Q3]



## 1 Rendimientos & Inversiones

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

## 2 Financiamiento

- Límites de Tarjeta de Crédito y motivos de no uso
- Deep dive MST en CC

## 3 Complejidad & Problemas Funcionales

- Flujos con mayor percepción de complejidad vs otros players

## 4 Seguridad

- Evolución de valoración de seguridad

» 1. Comentarios retaggeados | 2. (+) = más quejas vs. Q2 | (-) = menos quejas vs. Q2

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



(i) 50% challenge (ii) 30% tasa  
(iii) 20% límite

(i) ~60% Tasas (ii) ~40%  
Límites/Acceso

(i) 50% challenge (ii) 30% tasa  
(iii) 20% límite

(i) 70% desconfianza/noticias  
(ii) 30% imagen vs bancos

## Rendimientos 7 p.p.

**Challenge y tasa**  
  
Ofrece rendimiento de 15% pero meses después empieza a bajar aunque mantengas el saldo que solicita

**Challenge**  
  
Porque para poder ganar los rendimientos mas altos **tienes que ingresar a fuerza mas de 3,000 pesos cada mes**

**Límite**  
  
Tiene rendimiento en la cuenta pero solo es hasta 25 mil pesos, además he visto comentarios negativos sobre que se 'roban el dinero'

## Financiamiento 6 p.p.

**Tasas**  
  
Es una plataforma muy buena de pagos, pero **la comisión que cobran al usar su crédito sin tarjeta se me hace muy alta**

**Tasas**  
  
**Son exagerados los intereses que cobran**

**Límite**  
  
**Aumentar línea de crédito**

**Límite**  
  
**EL LIMITE DE CREDITO NO SUBE A PESAR DE USARLO SEGUIDO**

## Complejidad & Prob. Func. 6 p.p.

**Usabilidad**  
  
la aplicación de mercado pago no es tan intuitiva de utilizar y siempre te esta presionando para obtener crédito

**Usabilidad**  
  
Por qué es **complicado de utilizar y debería de ser más intuitivo**

**Usabilidad**  
  
los **procesos son largos** y el reflejo en la cuenta a veces demora

**Usabilidad**  
  
Es que aún no la he usado del todo. **Hay cosas de la app que aveces no entiendo**

## Seguridad 5 p.p.

**Imagen vs Bancos**  
  
Al no tener un banco físico me siento desprotegida

**Imagen vs Bancos**  
  
Pues **al ser una entidad digital, me da desconfianza**

**Desconfianza**  
  
Porque no es nada seguro, a veces solo desaparece el dinero y no dan explicación

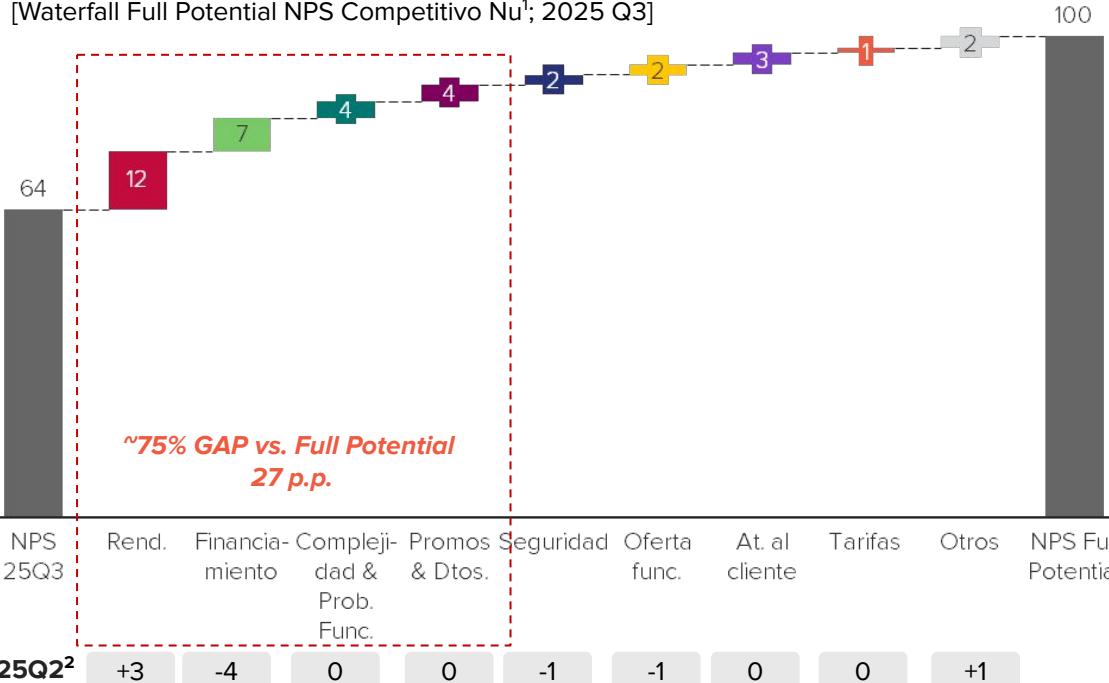
**Desconfianza**  
  
Por que recientemente **he mirado en redes sociales que mercado pago vacía tu cuenta y no te devuelve tu dinero**



# Rendimientos, Financiamiento , Complejidad & Problemas Funcionales y Promociones & Descuentos explican ~75% del Gap con el NPS Full Potential



[Waterfall Full Potential NPS Competitivo Nu<sup>1</sup>; 2025 Q3]



1. Comentarios retaggeados | 2. (+) = más quejas vs. Q4 | (-) = menos quejas vs. Q4

**Financiamiento** (i) ~60% Tasa de interés  
(ii) ~40% Límites

**Rendimientos** (i) 100% bajas en la tasa de rendimiento

**Complejidad & Problemas** (i) ~70% Usabilidad  
(ii) 15% Problemas Funcionales (iii) 15% Encontrabilidad

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

**Seguridad** (i) ~50% Imagen vs Bancos (ii) ~30% Falta de sucursales físicas (iii) ~20% Otros

**Funcionalidades** (i) ~100% falta de funcionalidades

**Atención al Cliente** (i) ~40% Acceso al contacto (iii) 20% Calidad / Resolución

**Tarifas** (i) ~70% Costos Cash In/Out (ii) ~30% Fees pago de Servicios

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



(i) ~60% Tasas (ii) ~40% Límites

## Financiamiento

11 p.p.

(i) 100% bajas en la tasa de rendimiento

## Rendimientos e inversiones

9 p.p.

(i) ~70% Usabilidad (ii) ~15% Problemas funcionales

## Complejidad & Prob. Func.

4 p.p.

(i) ~80% Falta de promociones

## Promociones & descuentos

4 p.p.

**Tasas**  
*Tiene una tasa de interés muy elevada. Para una emergencia está bien, pero no la consideraré...*

**Bajas de tasa**  
*Antes tenían muy buena tasa de interés en su cajita, ha disminuido bastante y le quita el atractivo que tenía*

**Usabilidad**  
*A pesar de lo poco que la utilizo, su sistema de navegación no es tan fácil que digamos*

**Falta de Promociones**  
*Si, me gustaría que tuvieran cash bank, opción de puntos o algo así por usarla y la usaría más que mis otras 2 cuentas*

**Tasas**  
*Porque el interés que cobran es mucho*

**Bajas de tasa**  
*Las tasas eran atractivas, sin embargo, ahora no y piden requisitos para una tasa mayor*

**Usabilidad**  
*No le entiendo aún del todo a la tarjeta creo que es un poco complicado el manejo*

**Falta de Promociones**  
*Ni tienen cash back y ninguna promoción con descuento solo a meses*

**Límite**  
*Desde que me la dieron ya no me incrementaron mi límite de crédito*

**Bajas de tasa**  
*Las ganancias han disminuido considerablemente*

**Usabilidad**  
*Es un poco complicada la app, a veces no se entiende como ocupar*

**Falta de Promociones**  
*No ofrece incentivo atractivos como cash back*

**Límite**  
*No me han subido mi límite de crédito en más de un año*

**Bajas de tasa**  
*Inicialmente tenían buenas tasas de rendimiento, sin embargo, al convertirse en banco bajaron considerablemente y ya no es rentable.*

**Usabilidad**  
*Porque su aplicación es difícil de usar*

**Falta de Promociones**  
*Porque no tiene tantos beneficios o algún plus, a parte de que no deja pagar con meses sin intereses*

# Agenda

---

1. Evolución de Experiencia
2. MAUs & Principalidad
3. Drivers de experiencia

Credits

Tarjeta de Crédito

Seguridad



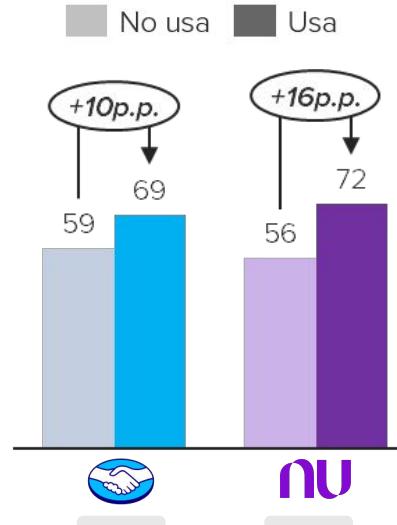
# Usuarios de Mercado Pago que declaran utilizar créditos tienen +10p.p. de NPS; 35% de los MAUs tienen oferta y no utilizan Credits



## Información *declarada*

**Usuarios de Mercado Pago que utilizan créditos tienen +10p.p. de NPS vs quienes no; en Nu tienen +16p.p.**

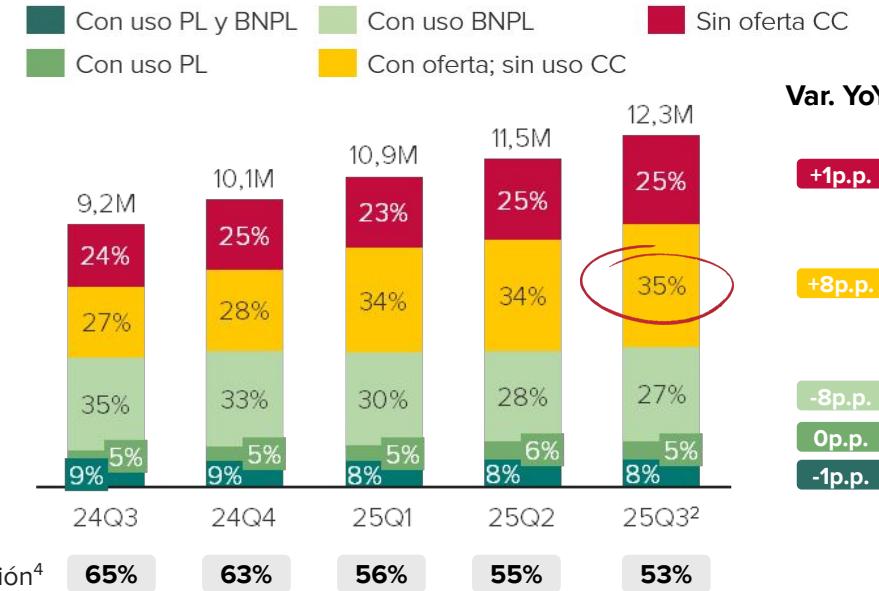
[NPS usuarios que declaran utilizar créditos<sup>1</sup> vs quienes no lo usan 25Q3]



## Información *real*

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

[Evolución real de oferta y uso<sup>3</sup> de Credits - MAUs promedio del Q]



% Uso declarado

44%

48%

% Adopción<sup>4</sup>

65%

63%

56%

55%

53%

## Deep dive

- Deep dive en entendimiento MST

1. Fuente: Encuesta NPS Competitivo

2. Incluye datos hasta agosto 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])

# 62% de usuarios con oferta y sin uso aware de Credits, solo 26p.p. entiende MST, 54% declara que es un nombre claro vs



**62% aware de oferta de credits,  
36p.p. no entiende MST...**

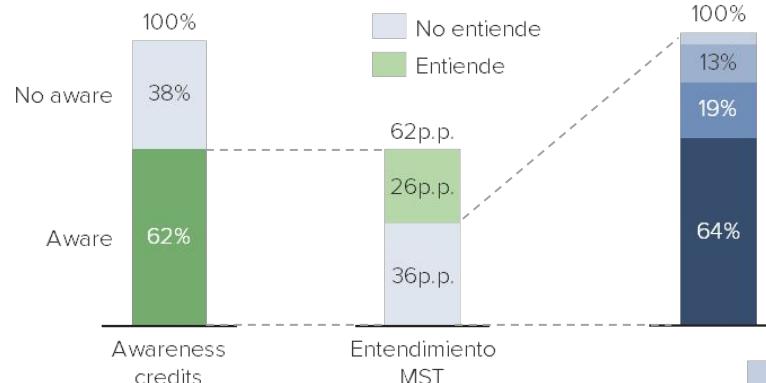
[Awareness<sup>1</sup> oferta CC + Entendimiento MST<sup>2</sup>]

**...64% desconoce el termino, 19%  
confunde con MSI, 13% con TC**

[Principales fricciones con  
entendimiento de MST<sup>2</sup>]

**Solo 54% considera MST como un  
nombre claro para el producto**

[Nivel de claridad declarado de distintos  
nombres para un producto de créditos  
digitales<sup>3</sup>]

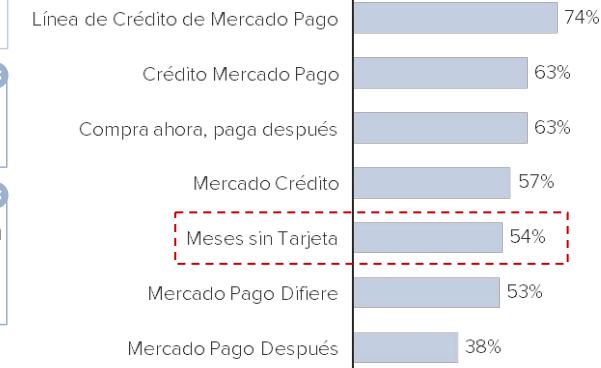


## Intento de promoción

**pagos a meses con otras  
tarjetas diferentes a la de  
mercado pago**

**El pago lo hago a meses sin  
intereses sin tarjeta de  
crédito**

- Cree que es una promoción
- Cree que es oferta TC
- Cree que es MSI
- Desconocimiento general



## Next Steps

- Evaluar cambio de naming “Meses sin Tarjeta” **25Q3 Reynaldo Ruiz**

1. ¿Sabías que Mercado Pago ofrece un crédito digital que te permite comprar en cuotas sin necesidad de usar una tarjeta de crédito o débito?
2. Si tuvieras que explicar “Meses sin Tarjeta de Mercado Pago”, ¿cómo lo describirías?
3. Ahora te mostraremos un posible nombre para este producto [NOMBRE] Pregunta: ¿Qué tan claro/representativo te resulta este nombre respecto del producto descrito?

# Agenda

---

1. Evolución de Experiencia
2. MAUs & Principalidad
3. Drivers de experiencia

Credits

Tarjeta de Crédito

Seguridad





# Si bien el límite promedio de Tarjeta de Crédito en Mercado Pago continúa con tendencia positiva, la penetración se mantiene en ~16%

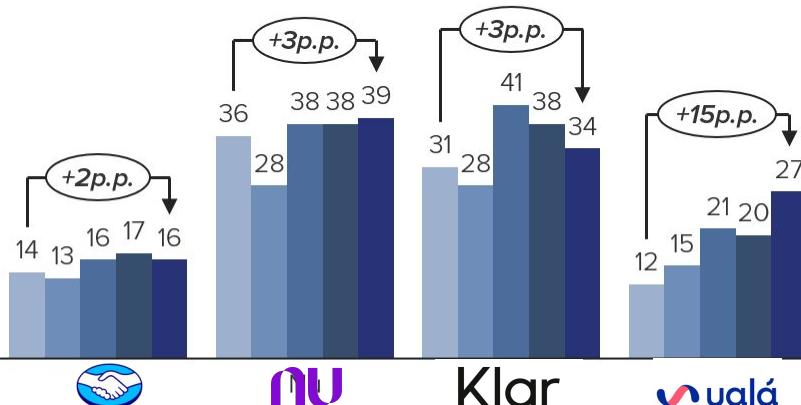


## Información declarada

MP aumenta 2p.p. YoY pero sigue siendo el player con menor penetración de TC con 16% de su base

[% usuarios que declaran utilizar una tarjeta de crédito<sup>1</sup>]

24Q3 24Q4 25Q1 25Q2 25Q3

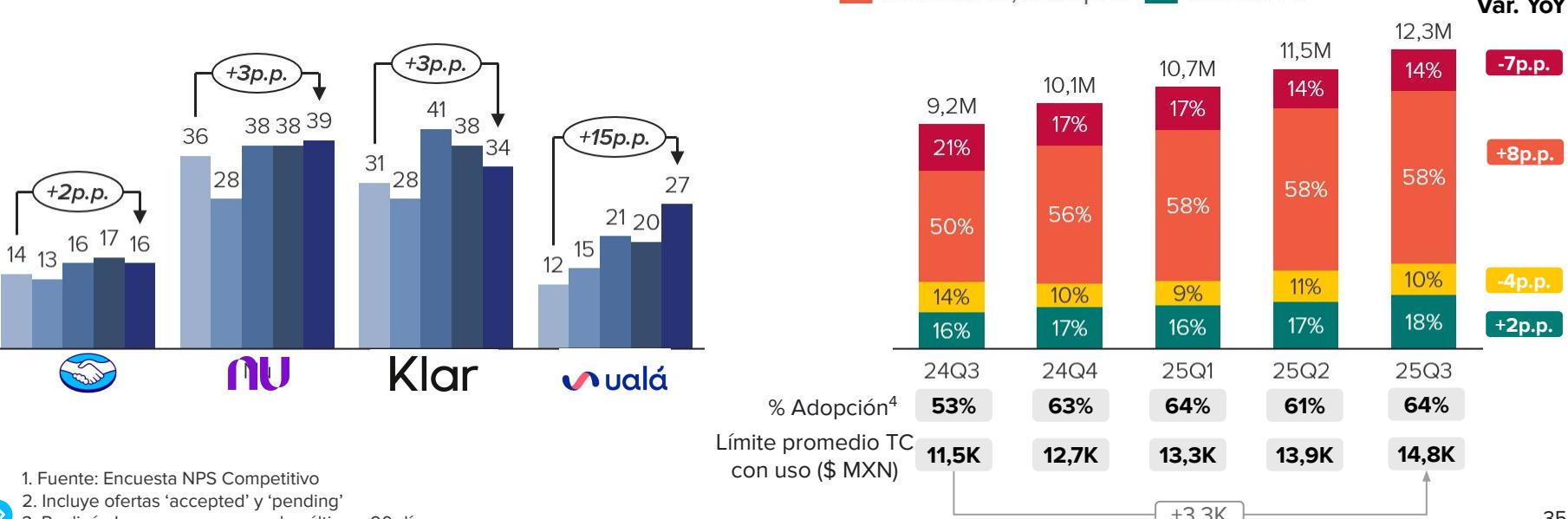


## Información real

64% de los usuarios con oferta utiliza la TC;  
10% MAUs con oferta no usa su TC

[Evolución real de oferta<sup>2</sup> y uso<sup>3</sup> de TC - MAUs promedio del Q]

■ Sin oferta TC, sin Opt In   
 ■ Con oferta, sin uso TC  
■ Sin oferta TC, con Opt In   
 ■ Con uso TC



1. Fuente: Encuesta NPS Competitivo

2. Incluye ofertas 'accepted' y 'pending'

3. Realizó al menos un pago en los últimos 90 días

4. Share de usuarios que usaron la tarjeta en los últimos 90 días sobre el total de usuarios con oferta de TC accepted o pending

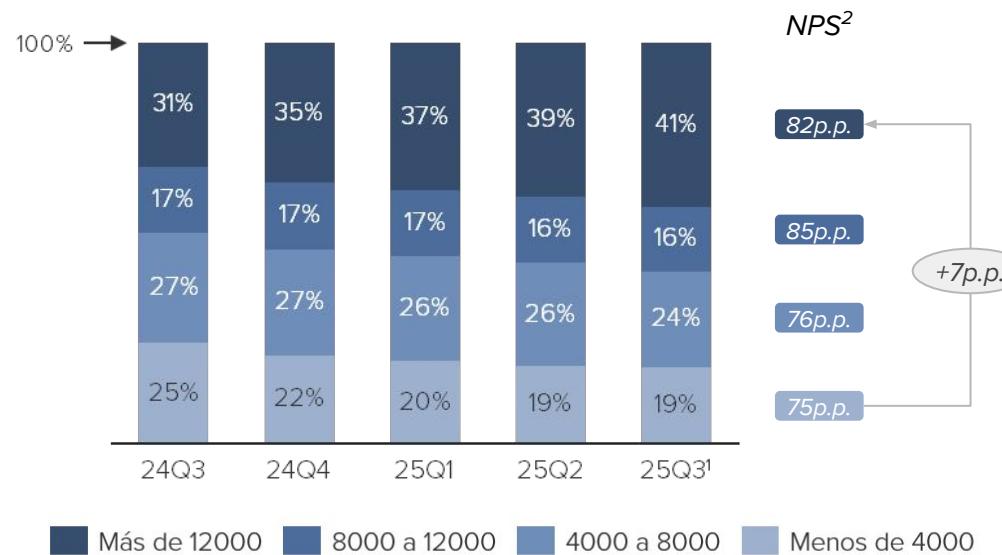


# Share de usuarios con límite de Tarjeta de Crédito mayor a \$12.000 aumentó de 31% a 41% YoY; su NPS es de 82p.p., +7p.p. vs aquellos con límite menor a \$4.000



Share de usuarios con límite de Tarjeta de Crédito menor a \$4K disminuye de 25% a 19% YoY

[Evolución límites de TC con uso - data real]



Usuarios con mayores límites valoran el límite otorgado

Límite mayor a \$12.000

“  
ES UNA CUENTA QUE ME HA GENERADO MUY BUENOS RENDIMIENTOS, **ME DA UN LÍMITE CONSIDERABLE DE MI TDC**

“  
Porque también me dieron crédito en mercado libre, y **en la tarjeta de crédito me dieron un buen monto**

Límite menor a \$4.000

“  
**Me gustaría que dieran un monto más alto** después de un año de usar la tarjeta

“  
**Porque te dan muy poco crédito y tardan en aumentar**



1. Incluye datos hasta agosto cerrado

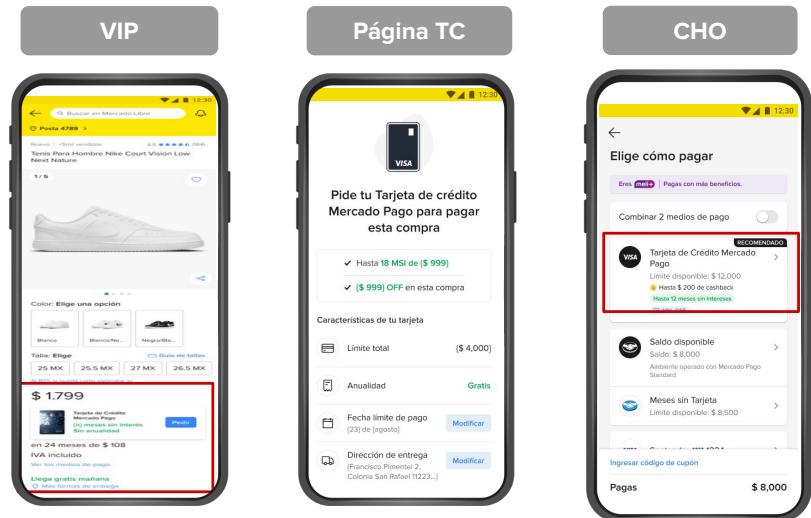
2. Fuente: encuesta NPS Competitivo | 25Q2-25Q3

**~1M usuarios con oferta de TC pending vio alguno de los placements de oferta en ML en agosto, 0,6M no recuerda verlo, 0,3M sin interés, 0,1M con interés no pide**



VIP, Página TC y CHO son los principales placements de adquisition para usuarios con oferta TC en ML

[Placements Adquisition TC ML]



### Next Steps

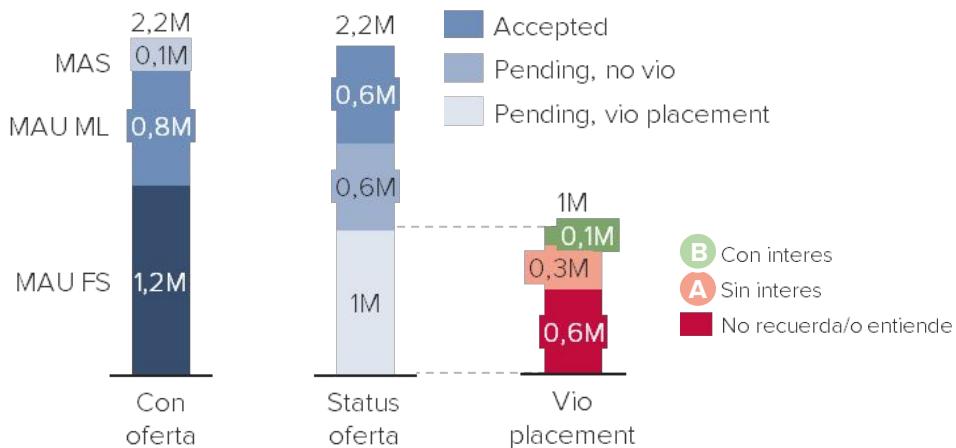
- A/B Testing para widget de emisión en VIP

**Eli Anadon 25Q4**

1. **MAU ML:** Compro en ML en agosto, pero no es MAS o MAUs FS en ese período  
**MAS:** Usuarios que hayan sido MAS en agosto con uso de Selling Tools | **MAUs MP** en agosto que no fueron MAS **4.** Usuario puede tener (o no) otras ofertas o uso de crédito

**1M MAUs pending vio alguno de los placements, 0,6M no recuerda, 0,3M sin interés, 0,1M con interés**

[MAUs<sup>1</sup> con oferta TC sin uso, según status de oferta y si vio algún placement de ML durante agosto]



### Deep dive

**A** ¿Por que no están interesados en su oferta de TC?

**B** ¿Por qué no piden su TC los usuarios sin interés?

A

# 27% de los usuarios que no tienen interés declaran tener otras tarjetas de crédito Premium, el principal motivo de desinterés es falta de Reason Why



De los no interesados, 56% declara tener TC Gold y 17% no tener otra TC

[Mix de Character + TC Fuera de MP | Sin interés]<sup>1</sup>

	Sin TC	Con TC Gold	Con TC Premium <sup>2</sup>
Bronze + Silver		44k 15%	20k 7%
Gold	52k 17%	69k 23%	26k 9%
Platinum	58k 20%	26k 9%	
	52k 17%	171k 56%	73k 27%

Cross cohort NISE + Tipo de TC, Reason Why es el principal motivo de desinterés, cobrando más relevancia los Límites en NISE más bajos

[Motivos de no interés en TCMP aperturado]<sup>3</sup>



## Next Steps

- Cambio de value prop en placements **Eli Anadon 25Q4**
- Cashbacks por nivel de ratings **Pau Corte 25Q4**
- Deep dive en beneficios TCMP vs otros players **Pedro Dreyer 25Q4**

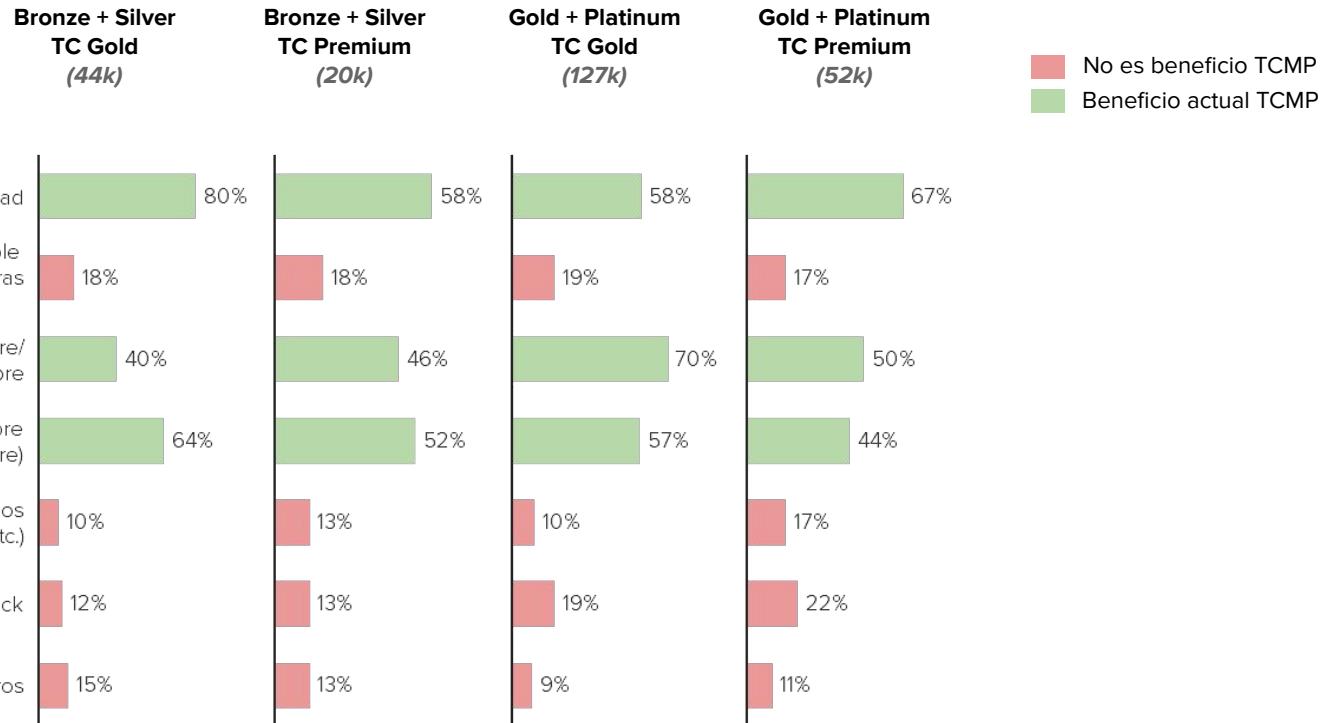


1. Según TC declarada por el usuario | 2. Consideramos TC Premium a aquellas mejores que categoría Gold (Platinum, Black, Infinite, etc) | 3. Puedes decirnos por qué razones no estás interesado en una tarjeta de crédito de Mercado Pago?



## A Sin Anualidad, Cashback y MSI son los beneficios más valorados cross NISE + Tipo de TC

[Beneficios principal para solicitar y utilizar TCMP]<sup>1</sup>



1. ¿Qué beneficios te llevarían a solicitar y utilizar una tarjeta de crédito de Mercado Pago?- Opción múltiple, la suma de opciones seleccionadas > 100%

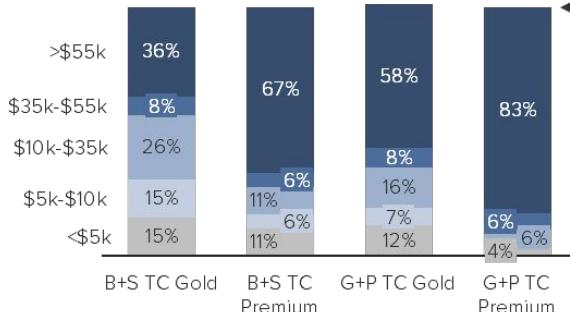
B

**En cuanto al límite, la oferta de Tarjeta de Crédito de Mercado Pago satisface el límite esperado del ~40% de los que tienen TC Gold vs ~23% de TC Premium**



### A mayor Character + Tipo de TC, mayor límite declarado

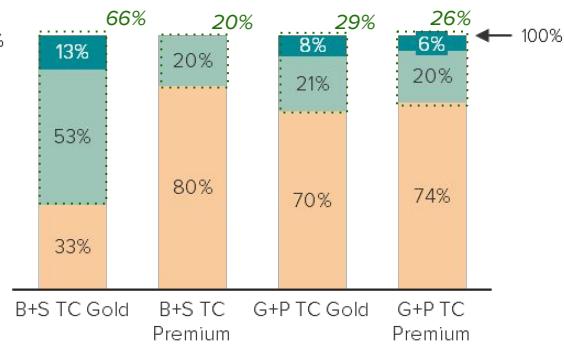
[Límite declarado<sup>1</sup> en otra TC por character + Tipo TC]



### Límite de MP mayor o igual ~40% del declarado TC Gold y ~23% Premium

[Límite promedio real vs declarado]

- Límite MP > Declarado
- Límite MP = Declarado
- Límite MP < Declarado



#user 44k 20k 127k 52k #user 44k 20k 127k 52k



### Conclusiones

- ~40% límite de las TC MP es mayor o igual vs declarado en otras TC

- ~23% límite de las TC MP es mayor o igual vs declarado en otras TC



1. Cuál es el límite de tu tarjeta de crédito fuera de Mercado Pago?

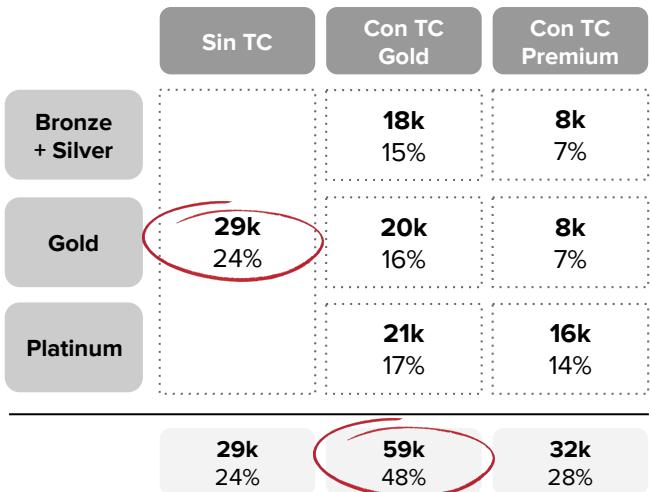
B

## 24% de los interesados no tiene TC y 48% tiene TC Gold; motivos de no pedir son no entender cómo ingresar, ya haber elegido otro método de pago o querer más tiempo



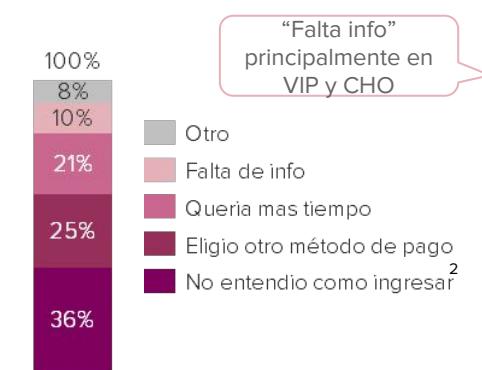
De los interesados, 48% tiene TC Gold y 24% no tiene otra TC

[Mix Character + TC Fuera de MP | Con interés]



No entender cómo ingresar, haber elegido otro método de pago y querer más tiempo, principales motivos de no solicitud

[Motivo de no solicitud<sup>1</sup>]



**Falta de info**

Siento que faltó info que enganchara al usuario como beneficios; para que le diera clic y aparte el cta está pequeño en comparación de la imagen de la tarjeta  
Id:274461013 [VIP]

**Falta de info**

Sin anualidad es siempre o solo por un año, me ha tocado que así ofertan las tarjetas y después agregan que solo por un año  
Id:1294008105 [VIP]

**No entendió cómo**

Se confunde pagar con tarjeta de crédito de Mercado Pago, con PEDIR el producto - Id: 810323537 [VIP]

**No entendió cómo**

No me di cuenta que debía clickear ahí Mercado Pago - Id:210845275 [Pagina TC]

1. Porque no pediste la tarjeta de crédito de Mercado Pago? |

2. Notaste que tenías que hacer click en "Pedir" para solicitar la tarjeta de crédito?

# Agenda

---

- 1.** Evolución de Experiencia
- 2.** MAUs & Principalidad
- 3.** Drivers de experiencia

Credits

Tarjeta de Crédito

Seguridad

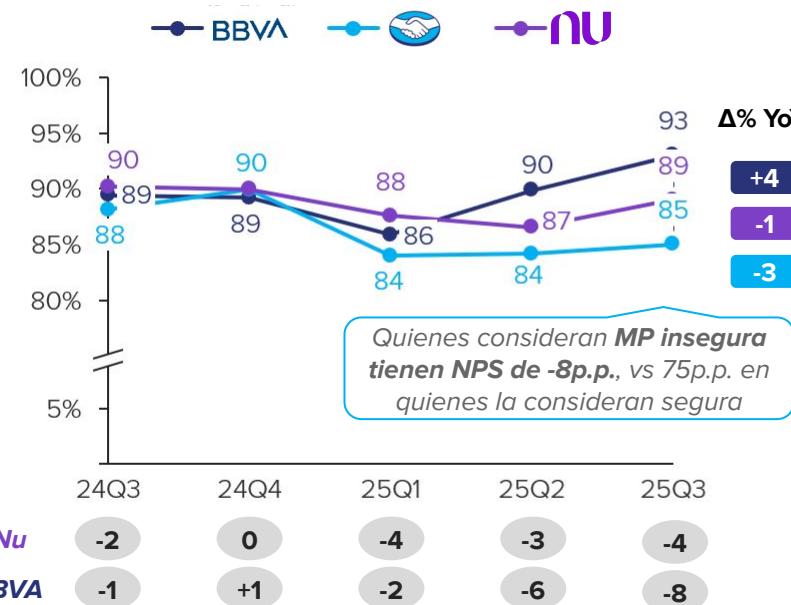




## En 25Q3 la valoración de seguridad en MP se mantiene estable en 85% luego de la caída de 25Q1; no conocer las medidas de seguridad principal fricción

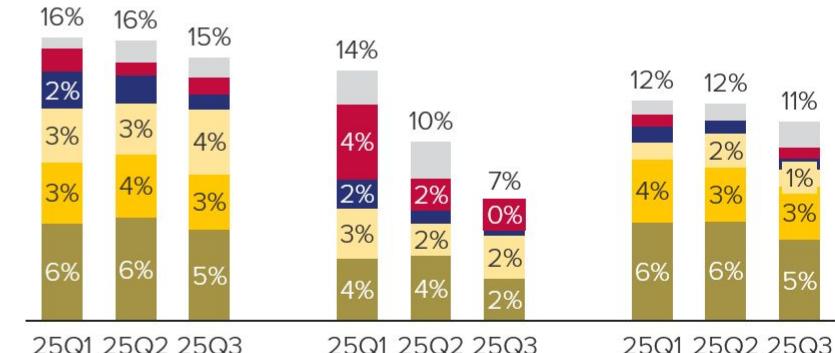
Mercado Pago tiene un gap de -4p.p. con Nu y -8p.p. con BBVA en valoración de seguridad

[Evolución de valoración positiva de seguridad<sup>1</sup>]



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

[Motivos valoración negativa de seguridad<sup>1</sup>]



BBVA



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%

40% desconocimiento general, 20% verificación

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

**Desconocimiento general (~40%)**

No he visto instrucciones o avisos de las medidas de seguridad de mercado pago.

Es necesario conocer sus medidas de seguridad

**Verificación identidad (~20%)**

La verificación en tiempo real de que soy yo quien realiza. La compra

**Hackeos (~20%)**

Que hakeen mi cuenta y mercado pago no se haga responsable, o que tenga que contratar un seguro para mi propio dinero este seguro

No confío en Fintechs - 3%

40% menciona hackeos/robo, 40% falta de sucursal

[¿Podrías indicarnos qué peligros crees que tienen los bancos digitales que generan desconfianza?]

**Hackeos/Robo identidad ~40%**

Se prestan para hackeos y otras formas de invasión digitales

Robo de identidad o spam

**Falta de sucursal/Atención ~40%**

Al no tener un lugar físico, se piensa que fácilmente se pueden deslindar de responsabilidades

Es complicado ya que al no tener sucursal física esto puede generar desconfianza en caso de necesitar alguna aclaración o ayuda

Conocidos/Noticias de problemas - 4%

40% bloqueos de cuenta, 40% cargos desconocidos

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

**Bloqueos de cuenta ~40%**

Qué les bloquean la cuenta sin explicación

He escuchado testimonios de personas a las que les han bloqueado la cuenta o perdido dinero

**Cargos desconocidos/Estafas ~40%**

Me dijeron que tuvieron cargos desconocidos y que constantemente les ocurría, pensé que eso no podía pasar pero no sé si eso sea real

Medidas insuficientes - 2%

40% menciona bloqueos, 30% hackeos, 30% estafas

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

**Bloqueos de cuenta ~40%**

Tener el riesgo de perder mi dinero o que se me bloquee la cuenta. He visto muchos malos comentarios en sus páginas

**Hackeos ~30%**

Hackeos posibles como todas apps de bancos

**Estafas ~30%**

Estafas/uso indebido de la tarjeta virtual

# Agenda

---

- 1.** Evolución de Experiencia
- 2.** MAUs & Principalidad
- 3.** Drivers de experiencia

Credits

Tarjeta de Crédito

Complejidad

Seguridad



# ¡Muchas gracias!

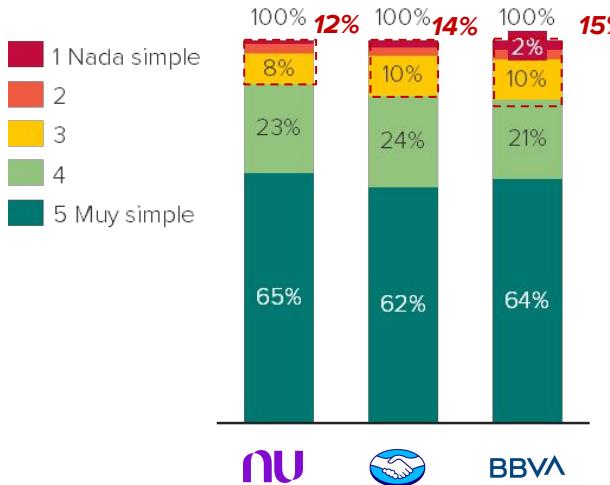


# 14% usuarios considera Mercado Pago complejo, vs 12% en Nu y 15% en BBVA; Principal motivo no entender funcionalidades, rendimientos producto más complejo



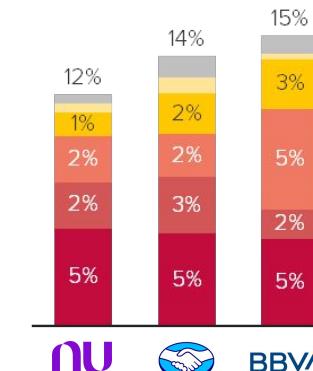
**14% usuarios considera MP complejo, vs 12% Nu, 15% en BBVA**

[Valoración simplicidad MP - 25Q3 | Competitivo<sup>1</sup>]



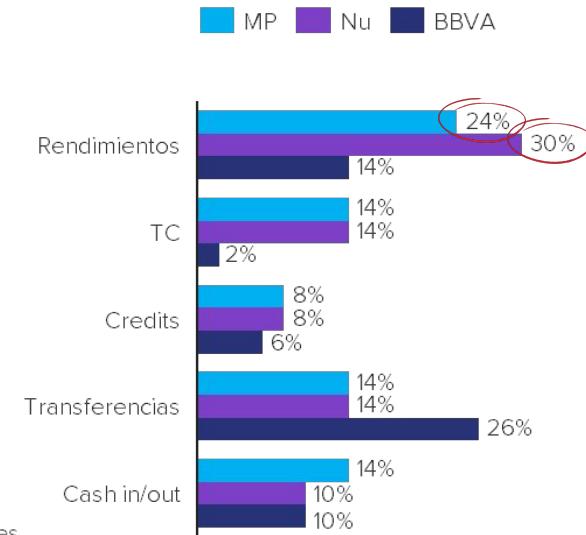
**No entender funcionalidad principal motivo de complejidad cross**

[Motivo complejidad - 25Q3 | Competitivo<sup>2</sup>]



**Producto más complejo en MP y Nu es rendimientos con 24% y 30%**

[Productos más complejos por player - 25Q3 | Competitivo<sup>3</sup>]



- No entiende funcionalidad
- Problemas funcionales
- Falta información
- Demasiadas comunicaciones
- Encontrabilidad
- Otros

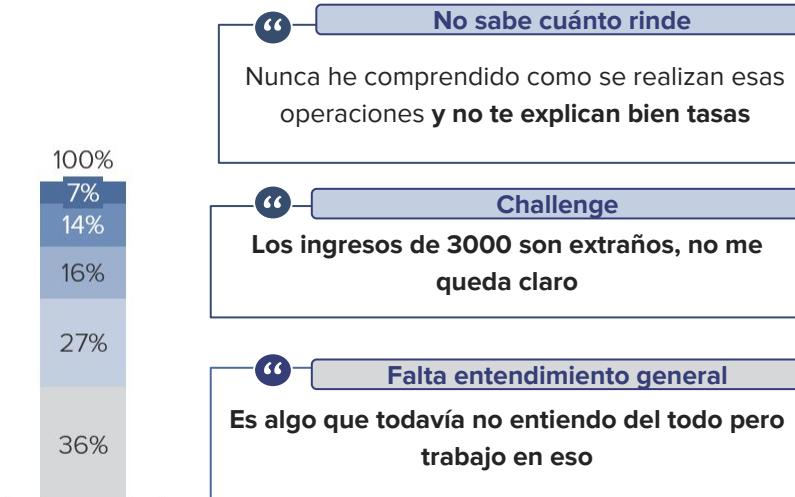
1. ¿Qué tan simple e intuitiva te resulta la app de [MARCA]? Siendo 1 nada simple y 5 muy simple | 2. ¿Podrías contarnos qué debería modificar [MARCA] para simplificar la app? | 3. ¿Qué funcionalidad de [MARCA] consideras que es la más compleja de utilizar?

# Principales fricciones por falta de entendimiento general, no entender challenge y no saber cuánto rinde



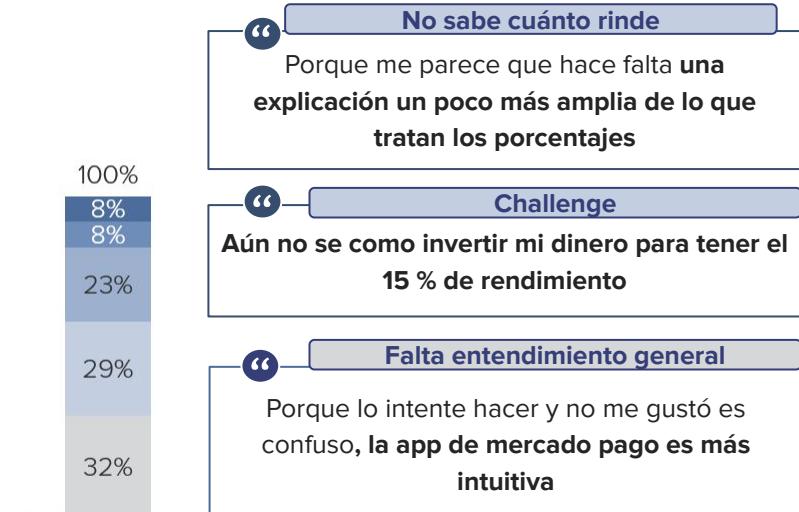
36% con falta de entendimiento general, 27% no entiende challenge, 16% no sabe cuánto rinde

[Motivo complejidad Cuenta Remunerada<sup>1</sup>]



32% con falta de entendimiento general, 29% no entiende challenge, 23% no sabe cuánto rinde

[Motivo complejidad Cuenta Remunerada<sup>1</sup>]



■ No entiende liquidez ■ No sabe donde rinde ■ No sabe cuanto rinde ■ Challenge ■ Falta entendimiento general



1. ¿Por qué consideras que [Respuesta funcionalidad compleja] con [MARCA] es complejo?