

MINT. Market Intelligence by **XCORP.**

3^a EDICIÓN PANORAMA BRASILEÑO DE CX / CRM + APPS UX

Bancos y Fintechs

LA CONSTRUCCIÓN DE ESTE PANORAMA

XCORP es una martech especializada en inteligencia de mercado. Monitoreamos la industria financiera y proporcionamos insights y tendencias locales y globales. Para ofrecer esto, hemos creado una metodología y una plataforma propietaria de Inteligencia de Mercado, **MINT**.

MINT es la mayor base de datos sobre servicios financieros y CRM de bancos, fintechs, corredoras de valores y remesas internacionales de Brasil y España. Contiene más de 200 mil pantallas con todo el contenido de apps y cinco años de mensajes a clientes de +60 instituciones en Brasil y España.

Este informe presenta los principales números de 2024 de la **Plataforma MINT** sobre las aplicaciones y la comunicación de CRM de bancos y fintechs.

El área de **UX** incluye la captura del 100% de las pantallas de las apps e internet bankings de 25 bancos y fintechs, además de videos, flujos y jornadas.

El área de **CRM** consolida los mensajes enviados a clientes por email, SMS, notificaciones push y alertas dentro de aplicaciones.

En el área Legal se ponen a disposición contratos y términos de uso de estas instituciones.

BANCOS Y FINTECHS MONITORIZADOS EN ESTE INFORME



ESTACIONALIDAD DE TEMAS

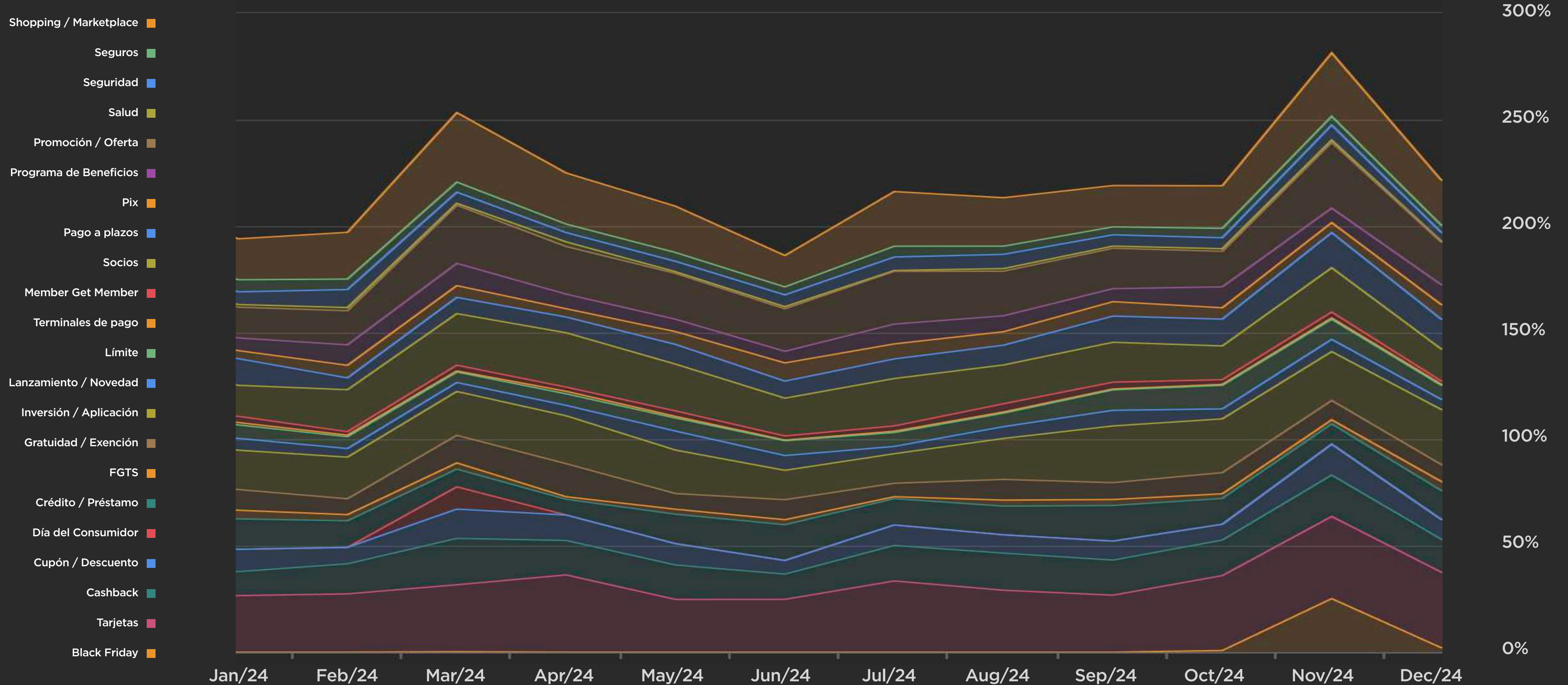
En MINT están etiquetados más de 200 temas. El gráfico en la siguiente página ilustra los 22 principales. Los temas de comunicación de todas las instituciones monitorizadas están agrupados. En la **Plataforma MINT** es posible acceder a los datos individualizados de cada institución, mensaje a mensaje, día a día.

A continuación, encontrarás análisis y previsiones para 2025, basados en los datos que tenemos de los siguientes temas:

1. Black Friday
2. Shopping & Marketplace
3. Tarjeta de crédito
4. Inversiones
5. Cashback

Recordando que aquí listamos apenas cinco, de los cerca de 200 temas monitorizados.

SAZONALIDAD DE TEMAS



Temas identificados y etiquetados con base en todos los mensajes catalogados en la Plataforma MINT entre enero y diciembre de 2024. Su cómputo no considera mensajes transaccionales.

BLACK FRIDAY

La presencia del tema "Black Friday" en las comunicaciones de bancos y fintechs ha presentado variaciones significativas a lo largo del período en que monitoreamos el mercado:

- 2021: Pico de 31% de menciones.
- 2022: Caída acentuada hasta 15,7%.
- 2023: Recuperación hasta 26,8%.
- 2024: Ligera reducción hasta 25%.

Después de oscilaciones iniciales, se observa una estabilización en los últimos dos años, con aproximadamente uno de cada cuatro mensajes abordando el tema. Esta consistencia sugiere que las instituciones financieras han encontrado un equilibrio estratégico en la comunicación sobre el Black Friday, evitando tanto la saturación como la subexplotación del tema.

Para 2025, esperamos el mantenimiento de este nivel, incluso con algunas instituciones explorando el asunto a lo largo del año, diluyendo así su concentración.



a Orange Friday do Duo Gourmet está no ar!

Essa é a sua chance de garantir 1 ano de muita economia em restaurantes, cinemas, beleza, viagens e mais com **R\$70 de desconto exclusivo.**

Além de economizar até R\$1mil por mês, quem ativa o plano anual do Duo, libera o **cartão Black do Inter** sem anuidade e com todos os benefícios! Demais, né?


Aproveite o desconto especial da Orange Friday com o **cupom** abaixo:



Acesse o Duo Gourmet no Super App, escolha o plano anual e aplique o cupom **BLACKDUO70** para garantir R\$70 OFF na assinatura anual. Depois, é só aproveitar **1 ano de cortesias ilimitadas!**


[Quero garantir](#)

Abraços da Equipe Duo Gourmet


Ainda dá tempo de aproveitar a **Super Friday** no **Bradesco Shop**. Separamos as melhores ofertas da semana para você aproveitar.

Confira a seleção com até **20% de cashback**:




Fritadeiras

[VOU COMPRAR](#)




Lava e Seca

[EU QUERO](#)




Microondas

[VOU COMPRAR](#)



Lava Louça

[VOU LEVAR](#)



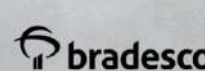

Fogão e Cooktop

[QUERO JÁ](#)

Acesse o app e aproveite todas as ofertas

[CONFERIR AGORA](#)

Entre nós, você vem primeiro

Ofertas antecipadas com até **70% OFF + 10% de cashback**

Cada clique compensa:

- Cashback, descontos e cupons**
Na Amazon, Netshoes, Shopee e mais de 150 lojas
- Use o cashback como quiser**
Dinheiro de volta direto na conta.
- Mais segurança**
Evite golpes e lojas falsas comprando pelo Shopping do Nu.

[Compre agora](#)

R\$ 30 de Bônus Relâmpago... 1h ago
É o Esquenta PagFriday: pague contas, recarregue o celular, compre Gift Cards, use no Cartão da Conta ou invista no CDB PagBank. Só até 11/11.

black friday EMPRESTIMO COM FATS
Seu dinheiro no bolso com taxa de Black Friday a partir de 1,29%! [quero contratar](#)



Especial de Black Friday

O Mercado Pago preparou uma condição especial para você aproveitar ainda mais a **Black Friday** do Mercado Livre.

Que tal parcelar suas compras em até **24x sem juros** em itens selecionados?

[Quero aproveitar](#)



Itaú Week
ESQUENTA

Tudo em até **18x sem juros** na **Black Friday** do Itaú Shop

[Aproveitar](#)

Consulte as condições no app.



CDB PicPay Bank a 135% do CDI

Invista com retorno exclusivo nesta **Black Friday**. Potencialize seu dinheiro!

[Investir agora](#)

SHOPPING & MARKETPLACE

INSIGHTS

Se observa un crecimiento significativo en la mención del tema "Shopping & Marketplace" de 2021 (9,7%) a 2023 (25,1%), con una leve reducción en 2024 (22,7%). Esto indica una tendencia de estabilización después del período de fuerte crecimiento.

ESTACIONALIDAD

Los meses de Marzo (23,3%), Julio (23,3%) y Noviembre (23,0%) presentan los mayores porcentajes medios, sugiriendo una correlación con períodos promocionales (inicio del año, vacaciones de mitad de año y Black Friday). Agosto presenta el menor porcentaje medio (15,3%).

TENDENCIA DE 2024

Después del pico en 2023, el año 2024 muestra una leve reducción en las menciones a "Shopping & Marketplace", sugiriendo una posible estabilización de estrategia por parte de las instituciones financieras. Se destaca el mes de marzo/2024 con 32% y noviembre/2024 con 30%.

Ofertas selecionadas do Shopping do Inter
Confira e economize

<p>Pra se divertir muito até 7% CASH BACK</p> <p>Eu quero</p>	<p>Pra ficar conectado até 3% CASH BACK</p> <p>Eu quero</p>
<p>Pra facilitar sua rotina até 3% CASH BACK</p> <p>Eu quero</p>	<p>Pra aumentar seu conforto até 9% CASH BACK</p> <p>Eu quero</p>

Garanta hoje no Shopping do Inter, !

Aproveitar agora

Um abraço da equipe Inter

Produtos incríveis em até 24x Ontem

Use sua Linha de Crédito Mercado Pago no Mercado Livre e parcele em até 24x sem cartão. É simples, rápido e seguro!

Economize com o S... Yesterday, 20:22

As melhores marcas e em só um lugar com até 10% do dinheiro de volta! Volte a usar seu Cartão da Conta PagBank hoje mesmo e aproveite!

Sexta é o dia da beleza com até **15%** de cashback.

Hack Friday da Beleza

Descontos, cashbacks, cupons e muito mais a partir desta sexta-feira.

Não perca tempo e aproveite agora as vantagens exclusivas pra retocar a sua coleção de produtos de beleza.

- O Boticário com **10%** de cashback.
- Eudora com **15%** de cashback.
- Lancôme com **15%** de cashback.
- L'Occitane com **7%** de cashback.

Não esqueça: sempre que aparecer o selo da Hack Friday é sinal que tem oferta imperdível no PicPay.

Imperdível creme Natura

Por apenas R\$ 35,00 no Shop, acesse!

Mimos de fim de ano: um app cheio de vantagens pra você aproveitar.

-
-
-
-

EU QUERO

Oi, , it's tiiiiime! 🎉 + Dezembro chegou com clima de festa e descontos pra você aproveitar muito. Toda sexta-feira tem uma oferta nova no hub de Mimos do app next.

- Descontos de até 90%** em parceiros selecionados
- Ofertas exclusivas** em produtos e serviços
- Benefícios** incríveis que só o next oferece

Alimentação, Eletrônicos, Saúde, Entretenimento, Viagens e um espaço completo no app para você escolher sua oferta favorita.

Pague com seu cartão next e aproveite ao máximo todas as ofertas.

Ah, e pra ficar por dentro das próximas novidades, acompanhe o next nas redes sociais. <3

ACESSAR MIMOS

Celular novo? Galaxy S24 na Samsung com até 40% de desconto. Compre no Shopping do Nu em 24x sem juros. Aproveite. 13m ago

Até 24/11 Usando o cupom: BEMVINDOIS40 há 2h

Caneca Stanley sai por R\$49,90

Adidas Breaknet sai por R\$ 149,99

Aproveite desconto de 1ª compra no Itaú S...

SHOPPING & MARKETPLACE (CONTINUACIÓN)

PREVISIONES PARA 2025

Con base en el análisis de los datos de 2021 a 2024, visualizamos los posibles escenarios para 2025, en lo que se refiere a la importancia del tema en el mix de comunicación de bancos y fintechs.

PORCENTAJE MEDIO ANUAL

Entendemos que el porcentaje medio anual de menciones al tema "Shopping & Marketplace" en 2025 se estabilizará en torno al 21% al 24%. Esta estimación considera:

- La tendencia de estabilización observada en 2024 (22,7%) después del pico de 2023 (25,1%).
- El ciclo de madurez que este tipo de comunicación parece haber alcanzado.
- La consolidación de la importancia de este tema en la estrategia de comunicación de las instituciones financieras.

PATRÓN ESTACIONAL

Espero el mantenimiento del patrón estacional observado en los años anteriores, con:

- Picos en marzo (23-30%): Continuidad de las campañas de inicio de año.
- Fuerza en julio (22-26%): Período de vacaciones y promociones de mitad de año.
- Destaque en noviembre (28-32%): Manteniendo la importancia del Black Friday.

POSIBLES ESCENARIOS

ESCENARIO PRINCIPAL (MÁS PROBABLE)

Estabilización en torno al 22,5% como media anual, con mantenimiento del patrón estacional ya establecido, reflejando una estrategia consolidada de comunicación.

ESCENARIO DE REDUCCIÓN GRADUAL

Posible declive gradual hacia una media cercana al 20%, en caso de que las instituciones financieras comiencen a diversificar sus estrategias hacia otros temas emergentes o servicios innovadores.

ESCENARIO DE NUEVO CRECIMIENTO

Reanudación del crecimiento alcanzando una media del 25-26% en caso de que haya una expansión significativa de la integración entre servicios financieros y plataformas de e-commerce o lanzamiento de nuevos marketplaces financieros.

TENDENCIAS EMERGENTES PARA 2025

- Mayor integración entre beneficios de shopping y servicios financieros básicos
- Comunicaciones más personalizadas sobre oportunidades de compra basadas en el comportamiento del cliente
- Posible consolidación de fechas promocionales específicas del sector financiero
- La estabilización observada en 2024 sugiere que el tema "Shopping & Marketplace" ha alcanzado un nivel de madurez en la estrategia de comunicación de las instituciones financieras y debe mantener su relevancia, representando aproximadamente 1/5 a 1/4 del volumen total de mensajes enviados a los clientes en 2025.

TARJETA DE CRÉDITO

EVOLUCIÓN ANUAL

- 2021: 20,2% - Media del primer año analizado.
- 2022: 23,3% - Crecimiento (+3,1 puntos porcentuales).
- 2023: 28,6% - Crecimiento continuo (+5,3 puntos porcentuales).
- 2024: 30,8% - Mayor media de la serie (+2,2 puntos porcentuales).

Se observa un crecimiento constante y consistente a lo largo de los cuatro años analizados, indicando una priorización creciente del tema en las estrategias de comunicación de las instituciones financieras.

ANÁLISIS MENSUAL Y ESTACIONALIDAD

MESES CON MAYOR PARTICIPACIÓN (MEDIA HISTÓRICA):

- Octubre: 29,0%
- Septiembre: 28,7%
- Julio: 28,3%


PICOS HISTÓRICOS POR AÑO:

- 2021: Julio (25%)
- 2022: Septiembre (31%)
- 2023: Septiembre (35%)
- 2024: Noviembre (39%) - Mayor valor de toda la serie histórica

VALORES MÍNIMOS POR AÑO:

- 2021: Abril (16%)
- 2022: Abril (12%) - Menor valor de toda la serie histórica
- 2023: Marzo (24%)
- 2024: Mayo/Junio (25%)

Mais tempo para aproveitar o que realmente importa **NU ultravioleta**



o Nubank Ultravioleta está disponível para você. Com Nubank Ultravioleta você tem uma conta completa com a melhor experiência do Nubank.

Quanto menos tempo você gasta com a sua instituição financeira, mais tempo livre você tem para focar no que realmente importa. É o efeito Ultravioleta.

Seja Nubank Ultravioleta →

As ofertas são válidas por tempo limitado e estão sujeitas a alterações. Verifique a disponibilidade antes de concluir seu cadastro no app.

Como cliente Ultravioleta você tem acesso exclusivo a:

DESCONTO ESPECIAL EM NOTEBOOK INTEL

15% OFF



Desconto para você!

Você ganhou 15% de desconto para comprar notebook Intel com seu cartão de crédito Mercado Pago, em até 18x sem juros.

Aproveite!

- Desconto máximo de até R\$600,00;
- Válido para os produtos que constam no botão abaixo.

Quero aproveitar

itau



Você acumula pontos e eles viram desconto na fatura

Tem Limite Bônus liberado para você!

Guarde dinheiro, e o PicPay multiplica o limite do seu cartão.



Multiplicar Limite

Quer mais limite no seu... 30m ago

Volte a usar o seu Cartão de Crédito PagBank com o limite que você quiser! Aplique nos CDBs PagBank ou reserve um valor do saldo da sua conta.

Cartão adicional significa **compartilhar os melhores benefícios.**

Garanta mais controle financeiro e as melhores vantagens com o cartão adicional **Elo Internacional**¹.

Confira aqui:

- 50% de desconto na anuidade do adicional.
- Controle de limite e gastos, tudo na mesma fatura.
- Tenha 50% OFF no ingresso, pipoca e bebida na Cinemark².
- Presenteie maiores de 12 anos com o cartão adicional.

PEÇA AGORA

Ou acesse aqui:



Pague Contas

Dá para parcelar boletos no cartão! Aproveite o Pague Contas



TARJETA DE CRÉDITO (CONTINUACIÓN)

TENDENCIAS RELEVANTES

CRECIMIENTO CONSISTENTE

- Aumento de más de 10 puntos porcentuales entre 2021 y 2024 (de 20,2% a 30,8%).
- Ningún año presentó reducción en la media en relación al año anterior.

PROGRESIÓN INTRA-ANUAL

- 2021: Relativa estabilidad (+1 punto porcentual de abril a diciembre).
- 2022: Fuerte crecimiento (+7 puntos porcentuales a lo largo del año).
- 2023: Leve crecimiento (+1 punto porcentual).
- 2024: Crecimiento expresivo (+8 puntos porcentuales).

ESTACIONALIDAD IDENTIFICADA

- Segundo semestre tiende a presentar valores más elevados que el primero.
- Picos se concentran principalmente en los meses de septiembre a noviembre.
- Abril presenta valores históricamente más bajos (excepto en 2024).

DESTAQUE PARA 2024

- Media muy superior a los años anteriores (30,8%).
- Tres meses superaron el 35% (abril, octubre y noviembre).
- Récord histórico en noviembre (39%).

ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE AÑOS

La evolución de los porcentajes a lo largo de los años muestra no solo un aumento en los valores medios, sino también una ampliación de la amplitud:

- 2021: Variación entre 16% y 25% (amplitud de 9 puntos porcentuales).
- 2022: Variación entre 12% y 31% (amplitud de 19 puntos porcentuales).
- 2023: Variación entre 24% y 35% (amplitud de 11 puntos porcentuales).
- 2024: Variación entre 25% y 39% (amplitud de 14 puntos porcentuales).

CONCLUSIONES

- El tema "Tarjeta y Crédito" ganó relevancia creciente en las comunicaciones de las instituciones financieras, pasando de 1/5 del volumen total de mensajes en 2021 a casi 1/3 en 2024.
- Existe un patrón estacional identificable, con mayor concentración de comunicaciones sobre este tema en el segundo semestre, particularmente en los meses de septiembre a noviembre.
- El año 2024 representó un hito en la priorización de este tema, con valores significativamente superiores a los años anteriores y picos récord en los meses de abril, octubre y noviembre.
- La consistencia del crecimiento a lo largo de los cuatro años indica una tendencia estructural de priorización del tema "Tarjeta y Crédito" en las estrategias de comunicación, probablemente reflejando el enfoque de las instituciones financieras en este producto como fuente de ingresos y compromiso de clientes.

TARJETA DE CRÉDITO (CONTINUACIÓN)

PREVISIONES PARA 2025

PORCENTAJE MEDIO ANUAL

Esperamos que la media anual de menciones al tema "Tarjeta y Crédito" en 2025 alcance entre 32% y 35%, continuando la tendencia de crecimiento observada en los últimos años.

El crecimiento continuo, aunque en ritmo potencialmente más moderado, refleja el aumento consistente de la importancia de este producto en la estrategia de rentabilización de las instituciones financieras.

ESTACIONALIDAD ESPERADA

- Picos más acentuados: Septiembre a Noviembre con porcentajes potencialmente alcanzando 40-42%.
- Mes con valor máximo: Noviembre, posiblemente superando 42% (considerando el récord de 39% en noviembre/2024).
- Períodos de menor comunicación: Primer trimestre, con valores entre 28-30%.

TENDENCIAS PROYECTADAS

MAYOR AMPLITUD ESTACIONAL:

La diferencia entre los meses de mayor y menor porcentaje debe aumentar, reflejando campañas más enfocadas en períodos estratégicos

CONCENTRACIÓN EN FECHAS CLAVE:

Expectativa de picos aún más expresivos en períodos asociados a:

- Fechas promocionales (Black Friday, Navidad).
- Períodos de vacaciones y viajes (Julio, Diciembre/Enero).
- Inicio del año fiscal/académico (Marzo/Abril).

NUEVOS RÉCORDS HISTÓRICOS:

Probabilidad significativa de que al menos un mes en 2025 supere la marca del 40% de participación en las comunicaciones.

CONCLUSIÓN

Creemos que el tema "Tarjeta y Crédito" continuará su trayectoria ascendente en las comunicaciones bancarias en 2025, probablemente representando más de 1/3 del volumen total de mensajes enviados a los clientes. La tendencia de crecimiento, aunque posiblemente más moderada que en los años anteriores, debe mantenerse, con mayor énfasis en la estacionalidad y en la concentración de campañas en períodos estratégicos del calendario comercial.

Esta proyección refleja la importancia creciente de los productos de crédito en la estrategia de ingresos de las instituciones financieras y la probable intensificación de la competencia en este segmento.

INVERSIONES

EVOLUCIÓN ANUAL

- 2021: 9,3% - Base inicial relativamente baja.
- 2022: 11,3% - Crecimiento moderado (+2 puntos porcentuales).
- 2023: 15,4% - Aceleración del crecimiento (+4,1 puntos porcentuales).
- 2024: 20,8% - Crecimiento expresivo (+5,4 puntos porcentuales).

La evolución demuestra un aumento consistente y acelerado en la priorización del tema “Inversiones” en las comunicaciones bancarias, con la participación más que duplicándose en cuatro años.

TENDENCIAS TEMPORALES

CRECIMIENTO PROGRESIVO

- La serie histórica muestra un crecimiento prácticamente continuo, con solo algunos períodos de caída temporal.
- El tema comenzó con apenas 5% de las comunicaciones (abril/2021) y llegó al 27% (septiembre/2024).
- El crecimiento fue más acentuado en el segundo semestre de 2023 y durante todo el año 2024.

PATRONES ESTACIONALES

MESES CON MAYOR DESTAQUE (MEDIA HISTÓRICA)

- Septiembre: 18,0%.
- Diciembre: 17,5%.
- Octubre: 16,3%.
- Enero: 15,3%.

MESES CON MENOR DESTAQUE (MEDIA HISTÓRICA)

- Junio: 11,3%.
- Julio: 12,0%.
- Abril: 13,0%.

La estacionalidad sugiere mayor énfasis en inversiones en el último trimestre del año e inicio del año siguiente (período de planificación financiera), con menor enfoque a mediados del año.

INVERSIONES (CONTINUACIÓN)

DESTAQUES DE 2024

- Mantenimiento de valores elevados durante todo el año.
- Caída temporal en junio-julio.
- Pico histórico en septiembre (27%).
- Cuarto trimestre con valores consistentemente por encima del 23%.

ANÁLISIS COMPARATIVO

El tema "Inversiones" muestra un patrón de crecimiento distinto:

- Fase inicial (2021): Crecimiento gradual desde una base baja.
- Fase de consolidación (2022): Estabilización en nivel intermedio.
- Fase de aceleración (2023): Crecimiento más intenso en el segundo semestre.
- Fase de madurez (2024): Establecimiento en nivel elevado con picos significativos.

INSIGHTS ESTRATÉGICOS

PRIORIZACIÓN CRECIENTE

El aumento consistente sugiere una creciente importancia de los productos de inversión en la estrategia de las instituciones financieras.

CAMBIO DE PERFIL

La evolución puede reflejar un cambio en el perfil del cliente bancario brasileño, con mayor interés en inversiones más allá del ahorro tradicional.

CICLOS DE PLANIFICACIÓN

Los picos en septiembre-octubre y diciembre-enero sugieren alineación con períodos tradicionales de planificación financiera (cierre de año e inicio de año).

COMPETENCIA EN EL MERCADO

El crecimiento acelerado puede indicar mayor competencia entre instituciones financieras por clientes inversores.

CONCLUSIÓN

El tema "Inversiones" evolucionó de un asunto secundario (menos del 10% de las comunicaciones en 2021) a un pilar importante de la comunicación bancaria (más del 20% en 2024), reflejando una transformación significativa en el enfoque estratégico de las instituciones financieras en Brasil. El crecimiento consistente y acelerado, especialmente en los últimos dos años, sugiere que este tema continuará ganando relevancia en las estrategias de comunicación con clientes.

INVERSIONES (CONTINUACIÓN)

PREVISIONES PARA 2025

PORCENTAJE MEDIO ANUAL

Entendemos que la media anual de menciones al tema "Inversiones" en 2025 deberá situarse entre 23% y 26%, continuando la tendencia de crecimiento observada. La progresión histórica muestra un aumento consistente y acelerado, con incrementos cada vez mayores cada año. Sin embargo, la tasa de crecimiento puede moderarse ligeramente debido al ya elevado porcentaje base.

ESTACIONALIDAD PROYECTADA

Manteniendo el patrón estacional identificado, se espera:

- Picos más pronunciados: Septiembre a octubre con potencial para alcanzar 30-32%.
- Picos secundarios: Enero y diciembre cercanos a 28-30%.
- Período con menor énfasis: Junio-julio con valores en torno a 16-18%.

TENDENCIAS PROYECTADAS

VOLATILIDAD MÁS ACENTUADA

La amplitud entre valores mínimos y máximos tiende a aumentar, reflejando enfoques más estratégicos y enfocados en momentos específicos del calendario económico.

NUEVO NIVEL DE REFERENCIA

El porcentaje de 20% deberá establecerse como el "piso" de las comunicaciones sobre inversiones, con meses excepcionales superando el 30%.

CONCENTRACIÓN EN PERÍODOS ESTRATÉGICOS

- Septiembre-octubre (planificación financiera pre-fin de año).
- Diciembre-enero (decisiones de asignación para el nuevo año).
- Marzo-abril (después de declaraciones de impuesto a la renta).

POSIBLE RÉCORD HISTÓRICO

Alta probabilidad de que al menos un mes supere la marca del 30%, estableciendo nuevo récord histórico de la serie.

FACTORES QUE PUEDEN INFLUENCIAR LA PROYECCIÓN

ESCENARIO ECONÓMICO

Tendencias de tasas de interés e inflación pueden alterar el apetito por diferentes tipos de inversiones.

REGULACIONES

Posibles cambios en la regulación del mercado de inversiones.

INNOVACIONES EN EL SECTOR

Lanzamiento de nuevas plataformas o productos de inversión.

COMPETENCIA ENTRE INSTITUCIONES

Intensificación de la disputa por clientes inversores.

CONCLUSIÓN

El tema "Inversiones" debe continuar su trayectoria ascendente en 2025, consolidándose como uno de los pilares fundamentales de la comunicación bancaria, posiblemente representando cerca de 1/4 de todas las comunicaciones enviadas a los clientes. El patrón estacional deberá intensificarse, con concentración aún mayor en períodos estratégicos del calendario económico y financiero. Esta proyección refleja el creciente enfoque de las instituciones financieras en captar y retener clientes inversores, posiblemente en respuesta a la mayor sofisticación del consumidor brasileño en relación a productos financieros y a la intensa competencia en el sector.

CASHBACK

EVOLUCIÓN ANUAL

- **2021: 19,7%** - Inicio con nivel intermedio.
- **2022: 25,8%** - Pico de participación (+6,1 puntos porcentuales).
- **2023: 19,5%** - Caída significativa (-6,3 puntos porcentuales).
- **2024: 16,0%** - Declive continuo (-3,5 puntos porcentuales).

La evolución anual demuestra un ciclo claro: crecimiento inicial, pico en 2022, y declive constante en los años subsiguientes.

TENDENCIAS TEMPORALES

FASE DE ASCENSO (2021-2022)

- Inicio modesto en abril de 2021 (14%).
- Crecimiento expresivo hasta alcanzar picos de 29% (septiembre/2021).
- Consolidación en niveles elevados durante 2022.
- Pico histórico en noviembre de 2022 (33%).

FASE DE DECLIVE (2023-2024)

- Declive gradual durante 2023, con media anual reducida al 19,5%.
- Valores consistentemente menores en 2024, con media anual de apenas 16%.
- Valor mínimo de la serie registrado en enero de 2024 (11%).

PATRONES ESTACIONALES

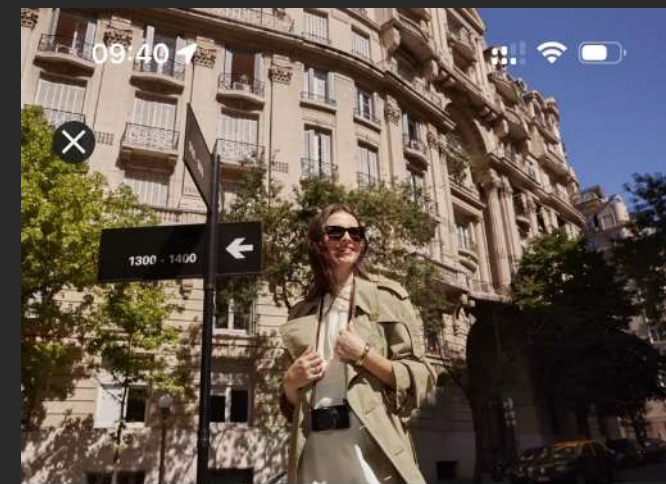
MESES CON MAYOR DESTAQUE (MEDIA HISTÓRICA)

- **Marzo: 25,7%.**
- **Noviembre: 24,3%.**
- **Agosto: 21,5%.**
- **Septiembre: 21,0%.**

MESES CON MENOR DESTAQUE (MEDIA HISTÓRICA)

- **Mayo: 17,8%.**
- **Febrero/Diciembre: 18,3%.**
- **Junio: 18,8%.**

La estacionalidad sugiere mayor énfasis en "cashback" al inicio del año (marzo) y cerca del Black Friday (noviembre), con menor enfoque en mayo y en el período de vacaciones de fin/inicio de año.



Viva a experiência Ultravioleta

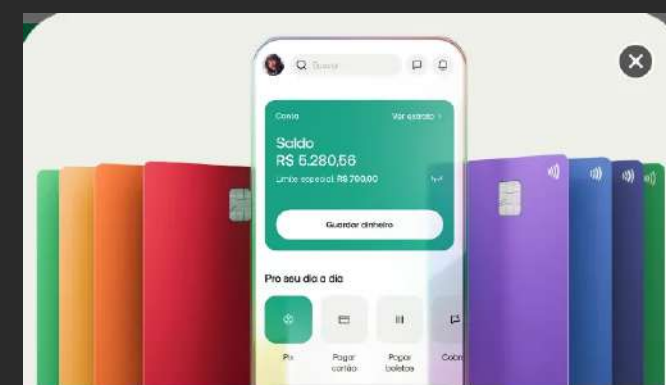
Chegou NuViagens, solução exclusiva do Nubank Ultravioleta para voos e hotéis com os melhores preços.

Certeza do melhor preço. Compre passagens aéreas e reserve hospedagens direto no aplicativo com garantia do melhor preço.

Compre o seu voo na hora certa. Indicamos o momento de comprar no menor preço. Se o custo do voo baixar em até 30 dias após a compra, você recebe até R\$500 de volta automaticamente.

Seja Nubank Ultravioleta

Quer economia? Eletroportáteis com até 50% OFF e até 5% de cashback! Grill Britânia por R\$ 129,90. Está esperando o quê? Vem para o Bradesco Shop!



Até 20% de cashback para você

Parcela com qualquer cartão de crédito. Quanto mais parcelas, mais você ganha!

Parcelar pagamento

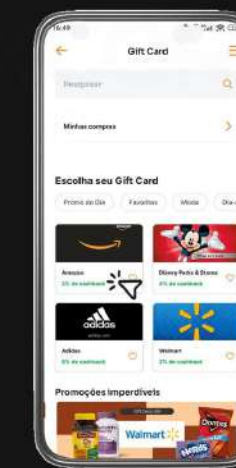


Olá, **[nome]**!
Vai viajar pros EUA? Vamos te ajudar a economizar!

Com o Gift Card USA, você recebe muito cashback em dólar na hora na sua Global Account para aproveitar as melhores e maiores lojas dos Estados Unidos. Roupas, variedades, moda, beleza, parques, transporte e muito mais para suas compras internacionais!

Veja como é simples comprar seu Gift Card:

1. Abra o Super App e acesse a sua Global Account
2. Clique em Gift Card
3. Escolha o seu preferido e o valor
4. Confirme e economize



Cartão C6 Platinum

Anuidade zero e muito mais cashback para você

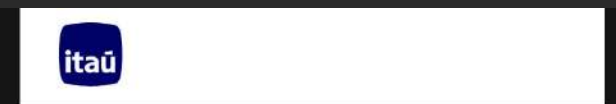
Seus pagamentos de contas e compras no crédito podem garantir mais pontos e até 0,8% de cashback.

Saber mais



Cashback para suas compras no exterior: 3,28% com o IOF Especial.

Seja Ultrablue



Ainda dá tempo!

Utilize seu cartão virtual e ganhe R\$ 25 de cashback.

Criar cartão virtual

Oi, **[nome]**!

Ainda não cadastrou o seu cartão virtual para fazer compras na internet com toda a segurança e praticidade que merece?

Então não perde tempo, não!

Além dos diversos benefícios que você tem com o seu cartão virtual **ITAÚ**, até o dia **21 de dezembro**, ao realizar suas compras, você ganha cashback.



Sua casa + segura Seguro Residencial next: além de cobertura essencial, tenha acesso a ofertas, cashback e muitas vantagens. Contrate aqui!

Assine Meli+ e receba cashback e frete grátis

mel+ A PARTIR DE R\$ 9,90/MÊS



CASHBACK (CONTINUACIÓN)

VARIABILIDAD

La variabilidad de los datos sugiere una estrategia menos consistente en 2021 (fase de experimentación), seguida por un enfoque más estable en 2022 (fase de consolidación). En 2023, la mayor variabilidad posiblemente refleja ajustes en la estrategia durante el declive, con 2024 mostrando un enfoque más consistente en valores más bajos.

DESTAQUES POR AÑO

2021

- Rápido crecimiento del tema, pasando de 10% (mayo) a 29% (septiembre).
- Gran variabilidad (desviación estándar de 5,5%).
- Fuerte concentración en el tercer trimestre (24,7%).

2022

- Año con mayor enfoque en el tema (media 25,8%).
- Pico histórico en noviembre (33%).
- Mayor consistencia en las comunicaciones (menor desviación estándar).
- Cuarto trimestre más fuerte (28%).

2023

- Declive consistente a lo largo del año.
- Mayor concentración en el primer semestre.

- Caída más acentuada en el segundo semestre.
- Valor mínimo en octubre (13%).

2024

- Estabilización en niveles más bajos (media 16%).
- Menor énfasis entre todos los años analizados.
- Ligera recuperación en el segundo semestre.
- Valor mínimo de la serie en enero (11%).

CONCLUSIÓN

El análisis de la participación del tema “Cashback” en las comunicaciones bancarias revela un ciclo bien definido de adopción, pico y declive: Esta evolución sugiere que el “Cashback” puede haber sido un tema estratégico importante para bancos y fintechs en 2021-2022, posiblemente como diferencial competitivo o estrategia de adquisición de clientes, pero perdió relevancia en los años siguientes, sea por saturación del mercado, menor efectividad de la estrategia o sustitución por otros enfoques de fidelización y compromiso. La leve recuperación observada al final de 2024 puede indicar una posible reevaluación de la estrategia, aunque en niveles más moderados que en el auge del tema.

CASHBACK (CONTINUACIÓN)

PREVISIONES PARA 2025

PORCENTAJE MEDIO ANUAL PROYECTADO

PREVISIÓN 2025

15% a 17% del volumen total de mensajes mencionarán “cashback”.

ESTA PROYECCIÓN CONSIDERA

- La tendencia de declive en los últimos años (25,8% en 2022 → 19,5% en 2023 → 16,0% en 2024).
- La leve recuperación observada en el segundo semestre de 2024.
- El valor de enero/2025 (12%), que está cerca a la media de enero/2024 (11%).
- La estabilización de los valores en el último trimestre de 2024.

PATRÓN ESTACIONAL PROYECTADO

Manteniendo la estacionalidad observada, se espera:

PICOS MODERADOS:

- Marzo: 20-22% (históricamente mes de mayor destaque).
- Noviembre: 18-20% (período cercano al Black Friday).

VALORES MÁS BAJOS:

- Enero-Febrero: 12-15%.
- Mayo-Junio: 13-16%.

ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN

La trayectoria de los datos sugiere que el tema “Cashback” encontró su nuevo nivel de equilibrio después del ciclo completo de crecimiento, pico y declive. La proyección considera tres elementos principales:

ESTABILIZACIÓN

Después del fuerte declive de 2022 a 2024, los datos del último semestre de 2024 sugieren una estabilización en torno al 16-17%, lo que debe mantenerse como línea base para 2025

ESTACIONALIDAD PRESERVADA

Los patrones estacionales deben mantenerse, con picos en marzo y noviembre, pero con amplitudes menores que en los años anteriores

TENDENCIA DE LEVE RECUPERACIÓN

El último trimestre de 2024 hasta mostró señales de pequeña recuperación (media de 17,3%), lo que puede indicar un leve crecimiento en relación a la media anual de 2024 (16%), pero los datos débiles de enero de 2025 (12%), ya indican que esto no se sostendrá.

FACTORES QUE PUEDEN ALTERAR LA PROYECCIÓN

INNOVACIONES EN EL SECTOR

Nuevas modalidades de cashback o programas de fidelidad

CAMBIOS EN LA ESTRATEGIA COMPETITIVA

Posible reposicionamiento estratégico de las instituciones

FACTORES MACROECONÓMICOS

Escenario económico que puede influenciar programas de beneficios financieros

SATURACIÓN DE MERCADO

Posible acomodación del consumidor frente a programas de cashback

CONCLUSIÓN

El tema “Cashback” debe mantenerse relativamente estable en 2025, con media anual entre 15% y 17%, representando una posible reversión de la tendencia de caída de los últimos años, pero sin recuperar los niveles elevados observados en 2022. Los datos sugieren que este tema pasó a ocupar un espacio moderado, pero constante, en las estrategias de comunicación de las instituciones financieras.

VOLUMEN DE ENVÍO MENSUAL

En el próximo gráfico podemos acompañar la evolución del volumen de envíos de piezas de comunicación de los bancos y fintechs. El gráfico ilustra la cantidad mensual y la tabla contiene los valores mes a mes de cada institución.

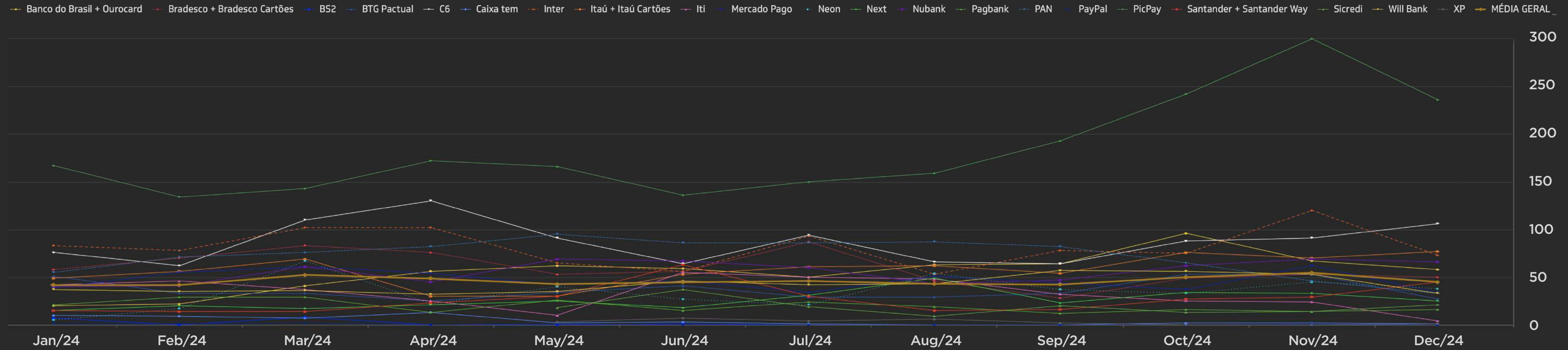
Están contabilizadas piezas en formato de emails, notificaciones push, SMS y alertas dentro de aplicaciones.

Es interesante trazar un comparativo con el 1er Panorama que divulgamos en Nov/21. En promedio los números crecieron, incluso habiéndose estabilizado a lo largo de 2024.

PicPay, que en 2023 vio a bancos como Inter y PAN ocupar el primer lugar durante cinco meses, en este último año repitió la hazaña de 21/22 y superó sus propios límites. Alcanzando la increíble marca de 300 mensajes en un solo mes*. ¡Lo que significa clientes recibiendo en promedio 10 mensajes por día!

*En abril de 2024 PicPay inició el envío diario de noticias sobre el mercado a sus clientes. Estas piezas de comunicación llegan a representar 1/3 del volumen, siendo las grandes responsables del crecimiento identificado.

VOLUMEN DE ENVÍO MENSUAL



Mês	Banco do Bras	Bradesco + Br	BS2	BTG Pactual	C6	Caixa Tem	Inter	Itaú + Itaú Car	Iti	Mercado Pago	Neon	Next	Nubank	PagBank	PAN	PayPal	PicPay	Santander + S	Sicredi	Will Bank	XP	MÉDIA
Jan-24	20	58	7	51	76	10	83	49	42	39	5	15	40	21	55	1	167	15		37		41.6
Feb-24	22	70	0	33	62	9	78	56	46	55	17	20	41	29	71	1	134	14		35		41.7
Mar-24	41	83	8	33	110	7	102	69	37	61	67	17	61	29	76	2	143	14		36		52.4
Apr-24	56	76	0	25	130	13	102	30	25	54	22	21	45	13	82	0	172	23		32		48.5
May-24	62	53	0	34	91	2	65	30	10	42	40	25	69	26	95	1	166	30	18	35	3	42.7
Jun-24	59	56	1	41	64	3	56	53	55	46	27	18	67	15	86	0	136	63	37	46	7	44.6
Jul-24	50	87	0	29	94	1	93	61	50	34	21	31	60	24	86	0	150	30	19	42	4	46.0
Aug-24	63	46	0	29	66	0	53	62	48	51	54	49	43	19	87	0	159	15	9	43	6	43.0
Sep-24	64	28	0	33	64	0	78	54	32	44	37	23	47	12	82	0	193	16	20	57	2	42.2
Oct-24	96	49	0	53	88	2	75	76	25	37	33	34	62	16	65	0	242	27	13	56	0	50.0
Nov-24	67	53	0	53	91	2	120	70	24	62	45	33	69	14	46	1	300	29	14	53	0	54.6
Dec-24	58	50	0	27	106	1	73	77	4	34	38	25	66	16	33	0	236	45	21	33	1	45.0
MÉDIA	32	40	1	30	67	3	87	56	39	47	29	41	33	29	65	1	150	39	19	37	3	44.6

Menor volumen de envíos del mes Menor volumen de envíos del mes

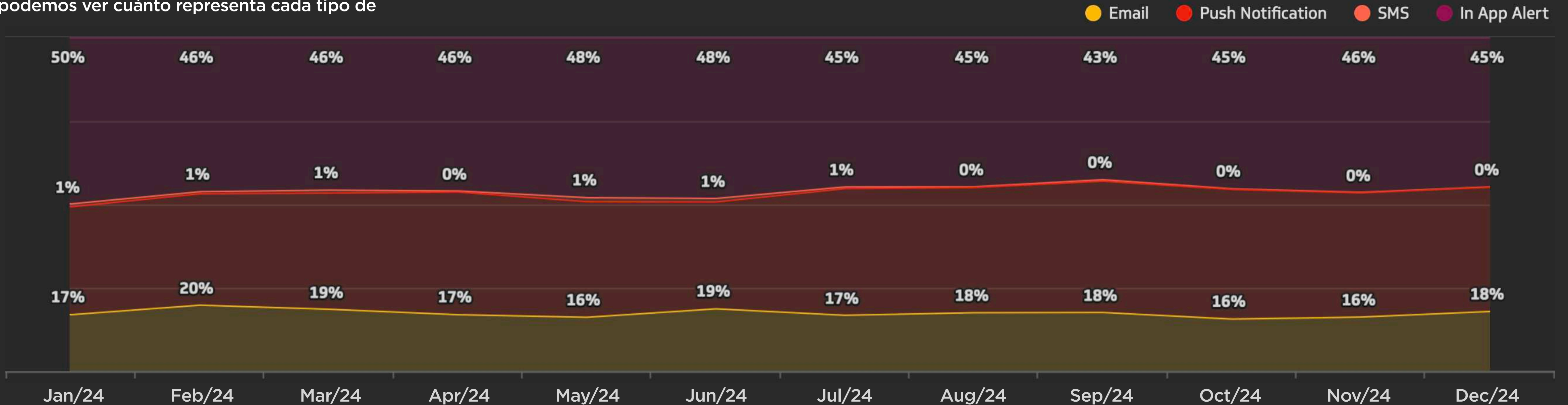
PARTICIPACIÓN DE CADA TIPO DE PIEZA

Los principales tipos de mensajes enviados por los 25 bancos y fintechs monitorizados en la Plataforma MINT son: emails, notificaciones push, SMS y alertas dentro de aplicaciones. También son monitorizados el envío de correo directo físico y mensajes de WhatsApp, pero su volumen es muy bajo. En el gráfico podemos ver cuánto representa cada tipo de

pieza en el volumen total mensual enviado por las instituciones.

Es interesante notar la caída de importancia de los SMS en el mix de comunicación de 2023.

En 2021, cuando lanzamos el 1er Panorama estos números alcanzaban hasta un 8%. Ya en 2024, este número se sitúa entre 0 y 1%.



No están siendo consideradas las mensajes transaccionales enviadas por cada institución.

ÍNDICE DE CALIDAD DE EMAILS EN MODO OSCURO

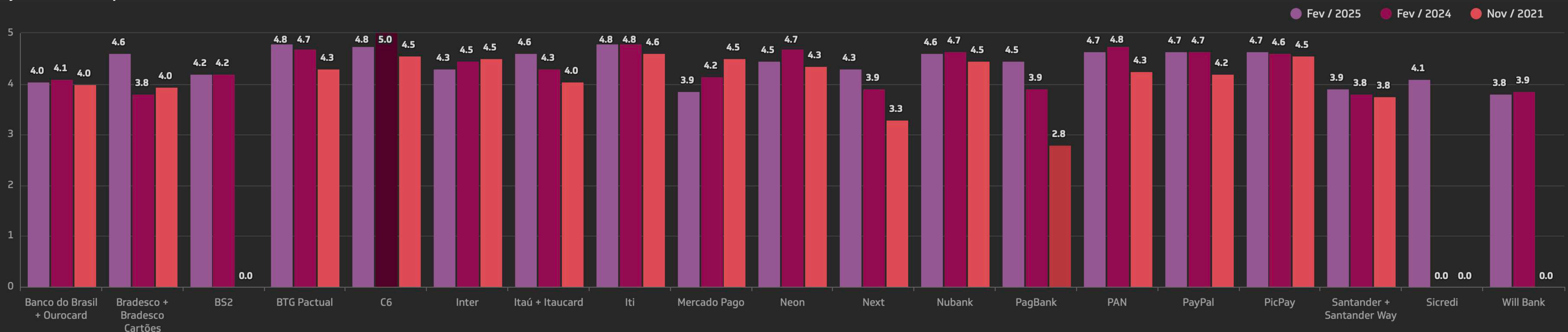
Las investigaciones indican que el 80% de los usuarios usa, al menos, una aplicación en modo oscuro. Por lo tanto, es crucial que las marcas tengan en cuenta este hecho.

Pero no es precisamente esto lo que observamos al evaluar los emails en modo oscuro. Esta evaluación se realiza con criterios de usabilidad y legibilidad de las piezas. Tales criterios pueden verificarse en la tabla al lado, junto con el peso dado a cada uno.

A partir de esto generamos un índice que nos permite clasificar bancos y fintechs en cuanto a la calidad de los emails que envían.

Todavía tenemos un largo camino por delante, y prácticamente todos están mejor ahora que en 2021. Pero del año pasado a este solo una minoría mejoró sus prácticas y varios siguieron estancados, o retrocedieron, exhibiendo un "craft" deficiente.

CRITERIOS	PESO
Textos legibles	20%
Logos legibles	15%
Botones y enlaces legibles	15%
Iconos y símbolos legibles	10%
Imágenes preparadas para ambos fondos	10%
Contenido en formato texto	10%
Buenas prácticas de formateo (formato/colores)	10%
Aspecto general del email	10%



Los emails fueron evaluados usando MS Outlook iOS, configurado para mostrar emails en modo oscuro.

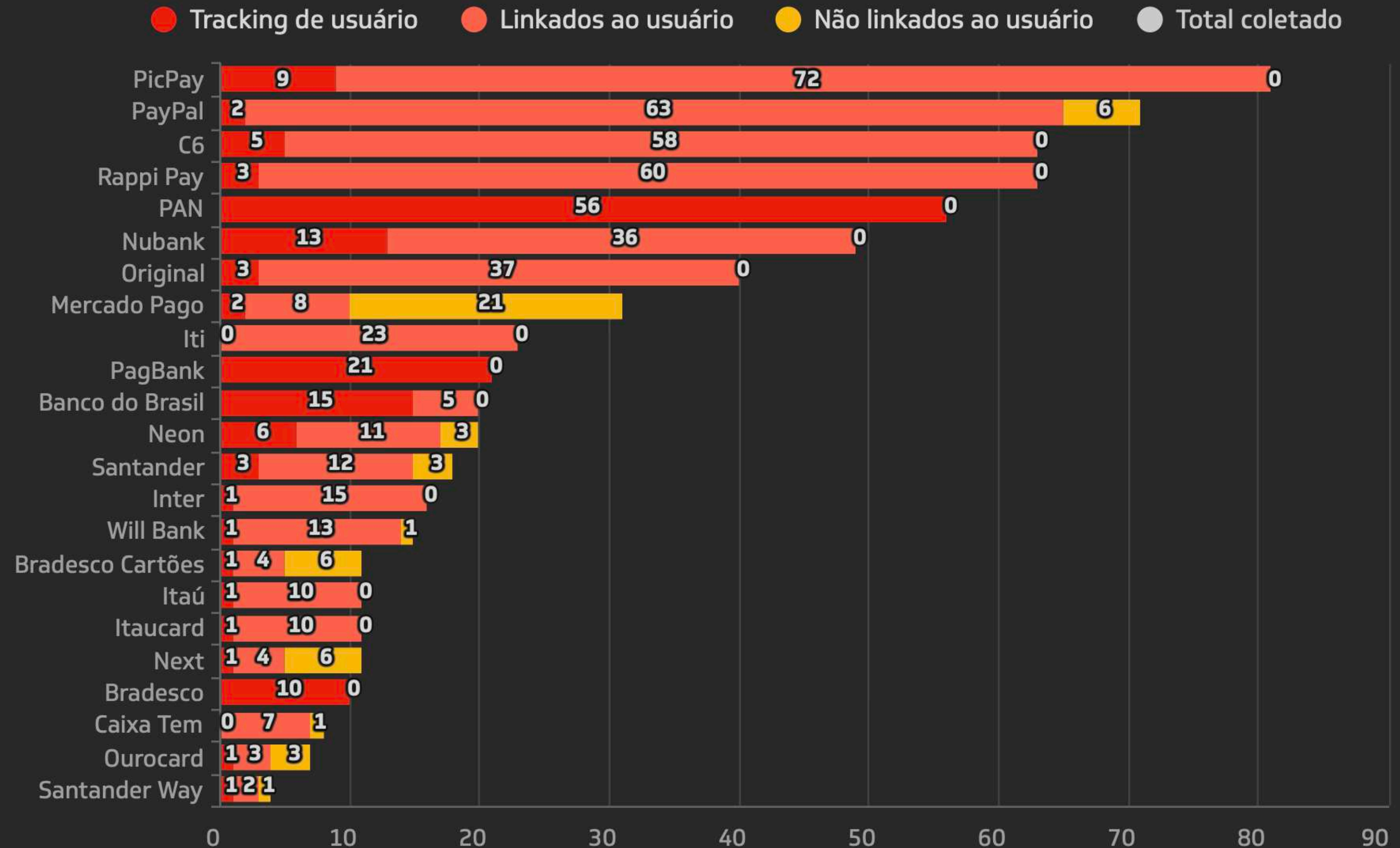
DATOS PRIVADOS RECOLECTADOS

Cada aplicación de banco o fintech necesita informar a Apple qué datos utiliza para rastrear al usuario, vincular perfiles a ese usuario, o incluso datos que no permiten su identificación.

Hemos catalogado toda esta información y la disponibilizamos para una visualización simple.

En el gráfico a la derecha podemos ver los volúmenes de datos que cada aplicación recolecta.

Esta información ayuda a entender las estrategias de uso de datos de cada player. Se percibe también que estas estrategias varían enormemente entre las instituciones monitorizadas. Players como Picpay, o Paypal, capturan dos veces menos datos que Facebook. Aun así, PicPay captura 20 veces más datos que la aplicación de tarjetas de Santander.

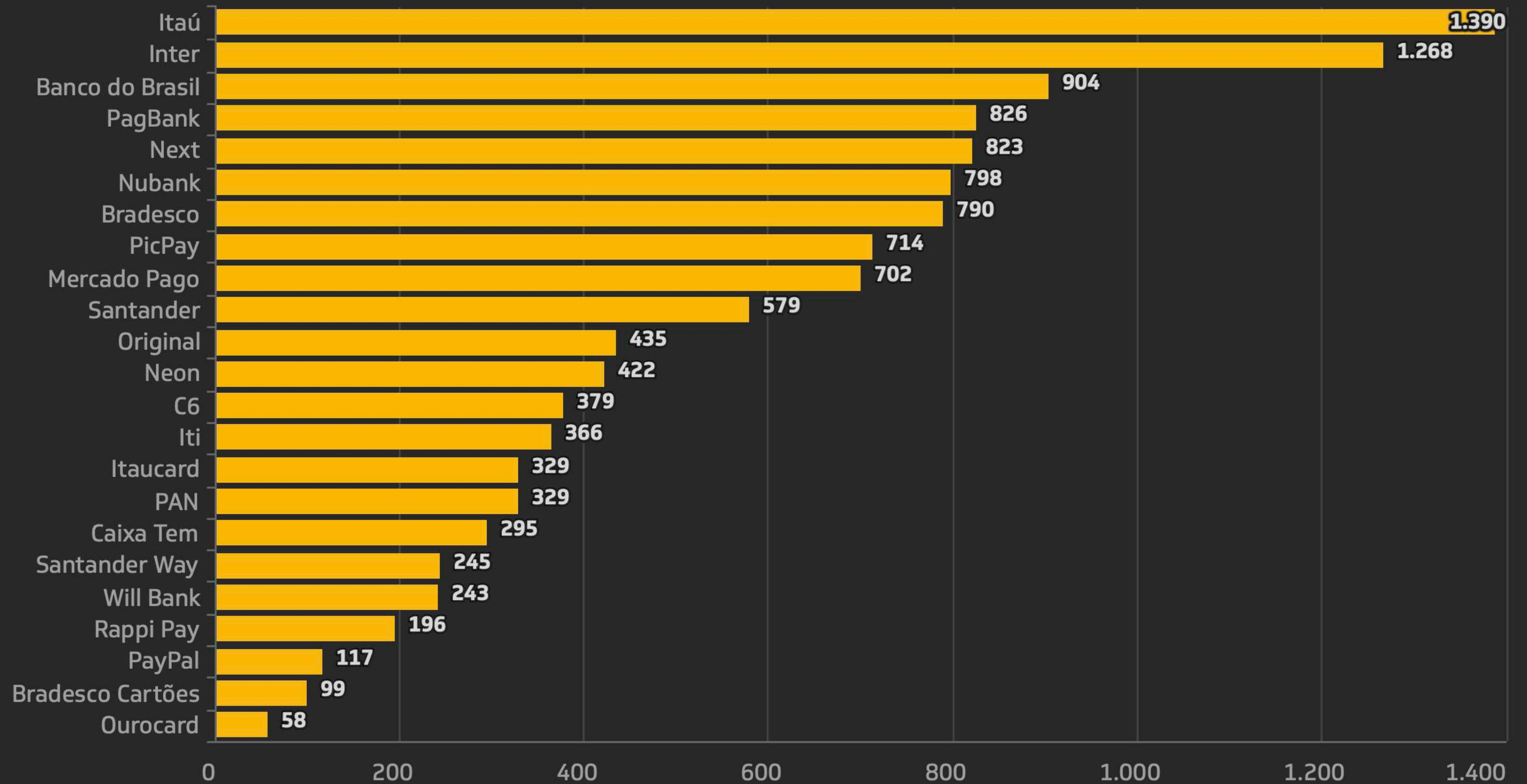


VOLUMEN DE PANTALLAS DE LAS APLICACIONES

En la Plataforma MINT capturamos y catalogamos el 100% de las pantallas de las aplicaciones de todos los bancos y fintechs que monitorizamos.

El resultado son registros de todo el contenido de una app, lo que permite cuantificar el volumen de pantallas de cada una. No es un número que deba considerarse solo, ya que algunas apps dividen en dos o más pantallas lo que otras presentan en apenas una. Pero es una información importante a considerar cuando se evalúa la estrategia de desarrollo de los competidores.

Aquí podemos percibir rápidamente que bancos como Itaú e Inter ofrecen apps con un volumen bastante grande de funcionalidades y servicios. Mientras que otras instituciones como Santander ofrecen menos de la mitad del volumen de pantallas. En la Plataforma MINT conseguimos acompañar el crecimiento y la evolución diaria de estos números.



Datos actualizados en Enero de 2025
Información referente a las versiones iOS

CONCLUSIÓN

Este panorama es una fotografía de cómo se comportó el mercado financiero en lo que respecta a la comunicación directa con clientes y sus apps durante el año 2024. Pero los players que componen el mercado alteran este cuadro diariamente. En la Plataforma MINT conseguimos demostrar la película que se desarrolla diariamente en el mercado brasileño e internacional. Ya sea en las actualizaciones diarias de las apps o en los miles de mensajes recibidos mensualmente.

Esperamos que haya encontrado útiles las informaciones de este informe. Si desea saber más sobre la **Plataforma MINT** y cómo tener acceso a todo el contenido disponible, hable con nosotros a través de los datos de contacto abajo.

Y también siéntase libre para compartir este informe con quien usted sepa que se interesará por el contenido.

Equipo XCORP

contato@xcorp.cc

xcorp.cc