

STATE OF CRYPTO MARKETING BRASIL 2026

O mapa da atenção, da confiança e da aquisição no maior mercado cripto da América Latina — e o que founders, exchanges, fintechs e protocolos devem fazer com isso.

US\$318,8 bi

VALOR CRIPTO RECEBIDO PELO BRASIL NO PERÍODO ANALISADO

≈80%

DO VOLUME DECLARADO EM 2025 FOI STABLECOIN

150 mi

IDENTIDADES DE USUÁRIOS EM REDES SOCIAIS

[RESUMO EXECUTIVO]

O MERCADO CRESCEU. A BARRA DE CONFIANÇA TAMBÉM.

O Brasil não é mais apenas mercado de especulação. É um sistema cripto híbrido: varejo digital, infraestrutura de dólar, capital institucional e regulação mais concreta convivem no mesmo funil.

ESCALA

US\$318,8 bi

recebidos em cripto no período medido pela Chainalysis; quase um terço da atividade latino-americana.

VELOCIDADE

+109,9%

crescimento período contra período do Brasil no recorte da Chainalysis.

USO DOMINANTE

≈80%

do volume declarado à Receita em 2025 veio de stablecoins.

PENETRAÇÃO DECLARADA

4%

dos brasileiros 16+ disseram usar moedas digitais no Raio X ANBIMA/Datafolha.

As cinco conclusões

- ◆ **Cripto já disputa confiança financeira.** O concorrente não é só outro protocolo: é banco, fintech, corretora e o medo de golpe.
- ◆ **Stablecoin muda a mensagem.** Utilidade, acesso a dólar e operação internacional ganham espaço sobre narrativa puramente especulativa.
- ◆ **Distribuição local importa.** Pix, marcas financeiras conhecidas e conteúdo em português reduzem fricção.
- ◆ **Métrica de vaidade ficou mais cara.** Seguidores e membros não provam KYC, wallet ativa, depósito, receita nem retenção.
- ◆ **Compliance virou comunicação.** Explicar risco, regra e custódia é parte do produto e da marca.

TESE KALEIDOS

Em 2026, marketing cripto no Brasil é a disciplina de transformar complexidade em confiança mensurável — e confiança em comportamento verificável.

[MÉTODO]

O QUE ESTE RELATÓRIO É – E NÃO É

Esta primeira edição é uma síntese de inteligência de mercado. Ela cruza dados públicos recentes e transforma os sinais em decisões de marketing.

MERCADO**Chainalysis e TRM Labs**

Volume on-chain, adoção e composição regional.

BRASIL**Receita e Banco Central**

Dados declarados, stablecoins e marco regulatório.

PÚBLICO**ANBIMA/Datafolha**

Comportamento financeiro de 5.832 brasileiros 16+.

ATENÇÃO**DataReportal/Kepios**

Internet e redes sociais, com dados de fim de 2025.

MARKETING**Análise Kaleidos**

Implicações, modelos de funil e recomendações.

DATA DE CORTE**20 de setembro de 2026**

Todo número traz período e fonte quando aplicável.

O que não foi feito

- ◆ Não houve survey proprietário da Kaleidos nesta edição.
- ◆ Não estimamos orçamento total de marketing cripto no Brasil: não existe base pública robusta para isso.
- ◆ Não tratamos volume on-chain como número de pessoas.
- ◆ Não transformamos dado de plataforma em audiência única.
- ◆ Não oferecemos recomendação de investimento nem previsão de preço.

PRÓXIMA EDIÇÃO PROPRIETÁRIA

O questionário, os cortes de amostra e o plano de publicação estão no fim deste relatório. A edição de campo só deve publicar percentuais depois de coletar respostas suficientes e divulgar composição, período e limitações.

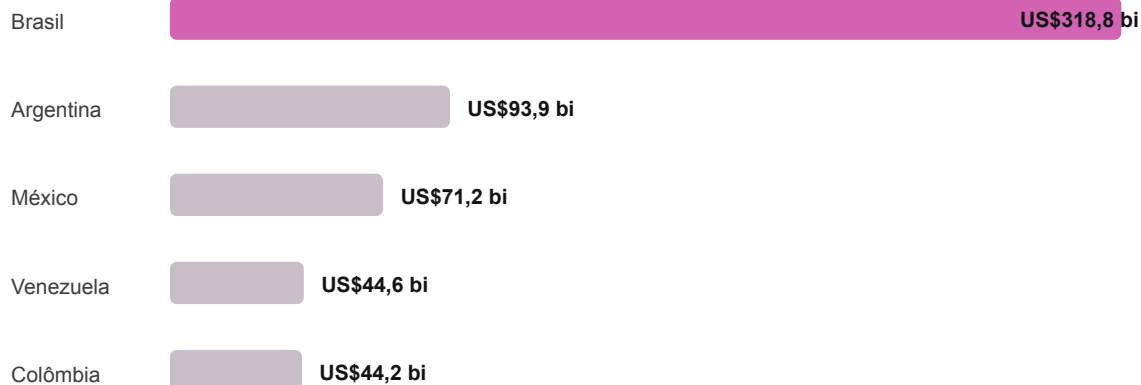
REGRA EDITORIAL

Dado observado, inferência e recomendação aparecem separados. Quando a evidência não permite um número, este relatório não inventa um.

[01 • O TAMANHO DO JOGO]

O BRASIL É O CENTRO DE GRAVIDADE DA AMÉRICA LATINA

A Chainalysis mediu US\$ 318,8 bilhões em valor cripto recebido pelo Brasil, quase um terço da atividade regional. O crescimento foi amplo e puxado especialmente por transferências institucionais.



Fonte: Chainalysis, Latin America Crypto Adoption 2025. Período da análise: jul/2024–jun/2025.

RANKING

#5

Brasil no índice global de adoção da TRM Labs, jan–jul/2025.

CRESCIMENTO

+109,9%

variação período contra período reportada pela Chainalysis.

O que isso muda no marketing

- ◆ **A categoria amadureceu:** a mensagem precisa funcionar para tesouraria, jurídico e risco, não apenas para comunidade nativa.
- ◆ **O português não é localização cosmética:** é redução de risco percebido, suporte e contexto regulatório.
- ◆ **Marca global sem prova local perde:** parceiros, Pix, atendimento, entidade jurídica e cases brasileiros encurtam confiança.

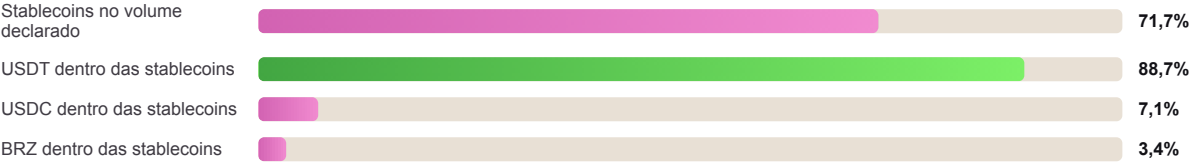
IMPLICAÇÃO

O Brasil é grande demais para campanha traduzida e específico demais para playbook importado sem adaptação.

[02 • A MUDANÇA DE USO]

O MERCADO DEIXOU DE SER SÓ “COMPRAR CRIPTO”. VIROU INFRAESTRUTURA DE DÓLAR.

A Receita Federal registrou aproximadamente R\$ 1,58 trilhão em operações declaradas com os principais criptoativos entre agosto de 2019 e dezembro de 2025. Stablecoins responderam por R\$ 1,13 trilhão.



Fonte: Receita Federal. Volume declarado ago/2019–dez/2025. A participação mensal de stablecoins ficou perto de 76%–80% em 2024–25.

R\$39,7 bi

pico mensal de stablecoins declarado em nov/2025.

185,7 mi

operações de compra e venda declaradas no período.

≈80%

participação no volume total declarado em 2025.

Três mensagens que ganham relevância

Antes	Agora	Prova exigida
“A próxima grande moeda”	Acesso, liquidez e utilidade	Fluxo completo, custo, tempo e contraparte
“Comunidade global”	Operação que funciona no Brasil	Pix, suporte, tributação e parceiros
“Tecnologia descentralizada”	Controle e transparência verificável	Reserva, auditoria, segurança e governança

IMPLICAÇÃO

Stablecoin transforma a disputa: quem explica melhor o uso e o risco pode vencer quem apenas promete inovação.

[03 • A AUDIÊNCIA REAL]

CRIPTO É GRANDE NA CONVERSA. AINDA É MINORIA NA CARTEIRA.

O Raio X ANBIMA/Datafolha ouviu 5.832 pessoas de 16 anos ou mais. Em 2025, 36% disseram ter algum investimento financeiro; moedas digitais apareceram na carteira de 4%.

BASE INVESTIDORA

60,6 mi

investidores ativos estimados pela ANBIMA.

MOEDAS DIGITAIS

4%

da população 16+ declarou usar a categoria.

PRÓXIMA ONDA

23 mi

pretendiam começar a investir em 2026.

MOTIVAÇÃO

37% / 26%

retorno e segurança foram os principais motivos para investir.

O erro de segmentação

Tratar “o público cripto” como uma persona única mistura pelo menos quatro trabalhos diferentes: especular, dolarizar, usar infraestrutura financeira e construir tecnologia. A mesma promessa não converte todos — e pode aumentar desconfiança em parte deles.

Cripto-nativo

Compara mecanismo, liquidez, incentivos e governança. Rejeita explicação superficial.

Investidor digital

Parte de banco, corretora e app. Precisa de clareza, proteção e acesso simples.

Usuário de dólar

Busca reserva, remessa ou pagamento. Quer custo total, saque e confiança operacional.

Comprador institucional

Exige compliance, documentação, segurança, auditoria e previsibilidade comercial.

IMPLICAÇÃO

O maior crescimento está fora da bolha, mas falar com esse público como se ele já fosse nativo cria fricção em vez de aquisição.

[04 • O CAMPO DE ATENÇÃO]

O BRASIL É DIGITAL. ATENÇÃO NÃO É INTENÇÃO.

O DataReportal estima 185 milhões de usuários de internet e 150 milhões de identidades em redes sociais no Brasil em outubro de 2025. Alcance existe; o problema é transformar exposição em confiança e ação.

185 mi

pessoas usando internet.

86,9%

penetração de internet.

150 mi

identidades em redes sociais — não necessariamente indivíduos únicos.

Um trabalho para cada canal

Canal	Trabalho principal	Sinal útil
Instagram / TikTok	Descoberta e tradução cultural	Retenção, salvamento, busca de marca
YouTube / podcast	Educação e redução de risco	Tempo qualificado, retorno, ação assistida
X / Telegram / Discord	Velocidade, comunidade e nativo	Contribuição, resposta, wallet ativa
LinkedIn / eventos	Founder, reputação e venda B2B	Reunião qualificada, pipeline, influência no comitê
Busca / AEO	Capturar demanda e virar referência	Consulta não-branded, citação, conversão assistida

ERRO COMUM

Copiar o mesmo post em cinco redes não é distribuição multicanal. É repetição. O ativo central pode ser o mesmo; a função, o formato e a próxima ação precisam mudar.

Arquitetura recomendada

DESCOBRIR ENTENDER VERIFICAR AGIR PERMANECER

Cada peça deve saber em qual verbo trabalha. Conteúdo que tenta fazer os cinco ao mesmo tempo costuma não fazer nenhum bem.

IMPLICAÇÃO

O canal não é a estratégia. A estratégia é o caminho entre atenção, prova e comportamento.

[05 • CONFIANÇA]

EM CRIPTO, CONFIANÇA NÃO É TOM DE VOZ. É ARQUITETURA.

O usuário brasileiro aprendeu a desconfiar de retorno fácil, influenciador sem disclosure, saque confuso e empresa sem rosto. O marketing precisa tornar o risco legível antes de pedir ação.

PESSOA

Quem responde?

Founder, executivos, histórico e responsabilidade pública.

PRODUTO

O que funciona?

Demonstração, status, documentação e limites claros.

DINHEIRO

Onde fica?

Custódia, reservas, liquidez, saque e contraparte.

REGRA

Quem supervisiona?

Entidade, jurisdição, política, termos e tributação.

PROVA

Quem confirma?

Auditoria, dados on-chain, parceiros e fontes externas.

CRISE

Como reage?

Cadência, transparência, compensação e pós-mortem.

A página de confiança mínima

- ◆ Entidade jurídica e países atendidos.
- ◆ Descrição simples do fluxo de dinheiro e ativos.
- ◆ Riscos que a empresa controla e os que não controla.
- ◆ Links para auditoria, reservas, contratos e status.
- ◆ Política de parceiros, creators e conflito de interesse.
- ◆ Canal de suporte e protocolo de incidentes.

“Compliance que ninguém entende não reduz risco percebido. Só transfere a dúvida para o usuário.”

IMPLICAÇÃO

A melhor campanha de confiança pode ser uma página clara, uma política visível e uma resposta rápida — não um filme institucional.

[06 · O FUNIL CORRETO]

PARE DE OTIMIZAR PARA CLIQUE. OTIMIZE PARA COMPORTAMENTO.

Em crypto, conversão raramente termina no cadastro. Um funil útil acompanha o usuário até a primeira ação de valor e a repetição.

Camada	Evento	Métrica	Pergunta
1 · Atenção	Exposição qualificada	Reach no ICP, retenção, busca	A pessoa certa percebeu?
2 · Confiança	Prova consumida	Docs, cases, páginas de risco	Ela entendeu e acreditou?
3 · Intenção	Próxima ação	Lead, wallet connect, KYC	Ela iniciou o trabalho?
4 · Ativação	Valor experimentado	1ª transação, depósito, uso	Chegou ao aha moment?
5 · Retenção	Comportamento repetido	D7/D30, volume, frequência	Voltou sem novo subsídio?
6 · Receita	Valor capturado	Fee, MRR, pipeline, LTV	O crescimento sustenta a empresa?

A fórmula operacional

AQUISIÇÃO

Custo por usuário ativado

Gasto do canal ÷ pessoas que completaram a primeira ação de valor.

QUALIDADE

Ativação / cadastro

Se cai, o problema pode ser promessa, onboarding ou confiança.

DURABILIDADE

Retenção sem incentivo

Meça depois que recompensa, campanha ou farming termina.

B2B

Troque wallet ativa por reunião qualificada, oportunidade aceita, ciclo de venda e receita influenciada. Não atribua todo contrato ao último clique: registre conteúdo e eventos que participaram do comitê.

IMPLICAÇÃO

Impressão é custo. Cadastro é promessa. Ativação e retenção são evidência.

[07 • ORÇAMENTO]

NÃO EXISTE MIX UNIVERSAL EXISTE GARGALO PRIORITÁRIO.

Sem uma base pública confiável de orçamento cripto no Brasil, esta página não finge benchmark. Ela oferece três mixes normativos para testar de acordo com estágio e objetivo.

PRÉ-LANÇAMENTO

Construir prova e lista

35% conteúdo/educação
25% comunidade/devrel
20% PR/parcerias
10% pesquisa
10% mídia de teste

LANÇAMENTO

Converter demanda

25% conteúdo/prova
25% creators/distribuição
20% comunidade
20% mídia atribuída
10% PR/eventos

PÓS-LANÇAMENTO

Retter e expandir

30% lifecycle/CRM
20% conteúdo
20% comunidade
15% produto/educação
15% aquisição

Como usar sem virar receita de bolo

- ◆ Identifique o maior vazamento do funil, não o canal mais barulhento.
- ◆ Reserve verba de instrumentação antes da distribuição.
- ◆ Comece com uma hipótese de 30 dias e um critério de desligamento.
- ◆ Realocar é parte do plano; improvisar sem dado não é.
- ◆ Qualquer canal incapaz de chegar a ativação precisa justificar seu papel em confiança ou demanda futura.

O QUE ESTES PERCENTUAIS SÃO

Pontos de partida propostos pela Kaleidos. Não são média observada do mercado e não devem ser publicados como benchmark brasileiro.

IMPLICAÇÃO

Orçamento é a expressão financeira de uma tese. Se ninguém sabe qual gargalo está comprando, o mix já começou errado.

[08 • CONTEÚDO]

CONTEÚDO CRIPTO PRECISA FAZER QUATRO TRABALHOS

A produção deixa de ser calendário e vira sistema: uma tese forte gera descoberta, educação, prova e conversão em formatos diferentes.

1 • DESCOBERTA

Dar nome à tensão

Reels, recortes, opinião do founder, dados curtos e reação a movimento de mercado.

2 • EDUCAÇÃO

Reduzir complexidade

Guias, YouTube, glossário, comparativos, simulações e demonstrações.

3 • PROVA

Reduzir risco

Cases, métricas, auditorias, produto, bastidor, dashboard e fonte externa.

4 • DECISÃO

Dar próxima ação

Checklist, diagnóstico, calculadora, demo, benchmark ou conversa específica.

A máquina de uma tese

Ativo central	Derivações	Destino
Paper com dado	12 posts, 4 vídeos, 1 webinar, 1 ferramenta	Busca, imprensa, vendas e IA
Case operacional	Antes/depois, teardown, bastidor, objeções	Confiança e decisão
Founder POV	Posts, entrevista, newsletter, evento	Reputação e pipeline
Produto / dados	Demo, benchmark, dashboard, alertas	Ativação e retenção

PADRÃO MÍNIMO

Toda peça importante deve conter uma tese, uma prova, um limite e uma próxima ação. Sem prova vira opinião; sem limite vira propaganda; sem próxima ação vira mídia sem produto.

IMPLICAÇÃO

O ativo não é o post. É a tese citável que continua distribuindo valor quando o calendário virou.

[09 • CREATORS E KOLS]

ALCANCE ALUGADO SEM ATRIBUIÇÃO É UMA APOSTA CARA

Creator pode emprestar linguagem e confiança. Também pode trazer audiência errada, incentivo desalinhado e risco reputacional. O contrato precisa comprar um trabalho, não um número de seguidores.

Trabalho	Creator ideal	Métrica	Risco
Awareness	Alcance cultural	Reach no geo, retenção, busca	Impressão inflada
Educação	Especialista didático	Tempo, salvamento, dúvida qualificada	Mensagem errada
Aquisição	Nicho com intenção	KYC, wallet, 1ª ação, CPWA	Incentivo mercenário
Confiança	Reputação verificável	Conversão assistida, objeção reduzida	Contágio reputacional

Checklist antes da contratação

- ◆ Composição geográfica e temática da audiência.
- ◆ Distribuição de views, não apenas média.
- ◆ Comentários reais, padrões de bot e sobreposição com outros creators.
- ◆ Histórico de promoção, conflito e disclosure.
- ◆ Link, código ou evento on-chain específico.
- ◆ Janela de medição e métrica de qualidade pós-aquisição.

“Creator bom não substitui posicionamento. Ele amplifica o que já está claro – inclusive o erro.”

IMPLICAÇÃO

Escolha creator pelo trabalho que ele executa no funil e pague pela qualidade do comportamento, não pela decoração do perfil.

[10 • COMUNIDADE]

MEMBRO NÃO É COMUNIDADE.

COMPORTAMENTO RECORRENTE É.

Discord, Telegram e grupo de WhatsApp são recipientes. Comunidade aparece quando pessoas voltam, ajudam, criam e defendem sem depender de recompensa contínua.

SAÚDE

Ativos semanais

Pessoas únicas que fizeram algo relevante, não só abriram o app.

PROFUNDIDADE

Contribuidores

Respostas, conteúdo, suporte, proposta, código e evento.

RETENÇÃO

Coortes

Quem entrou numa campanha e ainda participa 30/60/90 dias depois.

DISTRIBUIÇÃO

Convites qualificados

Membros que trazem pessoas que também ativam.

VALOR

Uso de produto

Parte da comunidade que conecta, transaciona ou compra.

RESILIÊNCIA

Pós-incentivo

O que permanece quando points, quest ou recompensa acabam.

Ritual semanal mínimo

Ritual	Função	Saída
Update do time	Reduzir incerteza	Entrega, métrica, risco e próxima semana
Office hour	Diminuir distância	Dúvidas respondidas e objeções coletadas
Contribuição	Criar agência	Tarefa, proposta, conteúdo ou teste
Reconhecimento	Reforçar identidade	Status por contribuição, não por farming

IMPLICAÇÃO

O indicador mais honesto de comunidade é o que continua acontecendo quando a campanha termina.

[11 · SCORE]

CRYPTO MARKETING MATURITY SCORE

Cinco dimensões, vinte pontos cada. A nota não serve para premiação; serve para revelar o próximo gargalo.

20

Posicionamento

ICP, problema, contraste, mensagem

20

Confiança

pessoa, produto, regra, risco

20

Distribuição

canais, creators, busca, parceiros

20

Ativação

onboarding, prova, primeira ação

20

Retenção

coorte, lifecycle, comunidade

Faixa	Diagnóstico	Próxima prioridade
0–25	Marketing decorativo	Definir ICP, promessa e evento de valor.
26–45	Atenção sem sistema	Instrumentar funil e criar prova.
46–65	Máquina parcial	Corrigir maior vazamento de ativação ou retenção.
66–80	Crescimento legível	Escalar canais que preservam qualidade.
81–100	Categoria e compounding	Dados proprietários, produto de mídia e expansão.

Quatro perguntas por dimensão

Cada “sim, com evidência” vale 5 pontos. “Parcial” vale 2. “Não sabemos” vale zero. Exemplo em Confiança: há rosto responsável? o fluxo de dinheiro é legível? riscos e limites aparecem antes do CTA? terceiros verificam as principais afirmações?

COMO APLICAR

Faça o score com marketing, produto, vendas e compliance na mesma sala. Divergência entre notas é dado: ela mostra onde a empresa conta histórias diferentes para si mesma.

IMPLICAÇÃO

A menor dimensão limita o crescimento das outras. Mais mídia não compensa confiança quebrada; mais comunidade não compensa produto sem ativação.

[12 · PLANO DE AÇÃO]

UM SISTEMA DE 90 DIAS

A sequência abaixo evita o erro clássico de escalar distribuição antes de provar mensagem, confiança e ativação.

DIAS 1-30 · FUNDAMENTO

Deixar o crescimento legível

Definir ICP e evento de valor.
Mapear funil atual.
Instrumentar origem → ativação.
Criar página de confiança.
Escolher uma tese editorial.

DIAS 31-60 · PROVA

Publicar e testar

Lançar ativo central.
Derivar por função de canal.
Testar 2 parceiros/creators.
Corrigir onboarding.
Medir coorte e qualidade.

DIAS 61-90 · ESCALA

Concentrar o que funciona

Cortar canal sem papel.
Dobrar no melhor caminho.
Automatizar lifecycle.
Formalizar ritual de comunidade.
Publicar aprendizado.

Entregáveis do trimestre

- ◆ Uma frase de posicionamento que marketing, vendas e founder repetem igual.
- ◆ Um painel com origem, ativação, retenção e receita.
- ◆ Uma página de confiança completa.
- ◆ Um ativo editorial citável e suas derivações.
- ◆ Um teste de distribuição com critério de desligamento.
- ◆ Um relatório de coorte pós-campanha.

A reunião de 30 minutos

10 min	10 min	10 min
O que mudou no funil?	Qual hipótese ganhou ou perdeu?	O que vamos parar, manter e dobrar?

IMPLICAÇÃO

Em 90 dias, a meta não é “fazer mais marketing”. É transformar marketing em sistema observável de decisão.

[13 · PRÓXIMA EDIÇÃO]

COMO VIRAR UM BENCHMARK PROPRIETÁRIO

A edição 2027 pode responder o que dados públicos não respondem: orçamento, canais, CAC, equipe, atribuição e maturidade dos projetos que operam no Brasil.

Amostra e transparência

Público

Founders, marketing/growth, produto, comunidade e comercial de projetos com operação brasileira.

Cortes

Categoria, estágio, faixa de orçamento, B2B/B2C, com/sem token e tamanho do time.

Publicação

Período de coleta, N por pergunta, base de cálculo, não resposta e limitações.

Privacidade

Resposta anônima; nenhuma empresa identificada sem autorização específica.

Questionário essencial

- ◆ Categoria, estágio, mercado e modelo de receita.
- ◆ Tamanho do time e faixa de orçamento mensal.
- ◆ Três canais com maior investimento e três com melhor qualidade.
- ◆ Evento de ativação usado pela empresa.
- ◆ CAC/CPWA ou custo por oportunidade, em faixas.
- ◆ Retenção D30 ou ciclo de venda, em faixas.
- ◆ Uso de creators, quests, mídia, conteúdo, eventos e PR.
- ◆ Maturidade de atribuição: nenhuma, UTM, CRM, wallet ou modelo combinado.
- ◆ Principal gargalo: atenção, confiança, ativação, retenção ou receita.
- ◆ Uso de IA e impacto percebido em velocidade e qualidade.

REGRA DE PUBLICAÇÃO

Não abrir corte com base pequena. Percentuais precisam mostrar N; medianas são preferíveis a médias para orçamento e custo; "não sabemos" deve aparecer como resultado, não ser removido.

ATIVO DE CATEGORIA

Quando repetida anualmente, a pesquisa deixa de ser conteúdo e vira infraestrutura: imprensa cita, empresas se comparam e a Kaleidos passa a definir a linguagem do mercado.

[FONTES]

DADOS QUE VOCÊ PODE ABRIR

Links consultados para esta edição. Os números foram preservados com período e ressalvas metodológicas.

Chainalysis — Latin America Crypto Adoption 2025chainalysis.com/blog/latin-america-crypto-adoption-2025**Chainalysis — Global Crypto Adoption Index 2025**chainalysis.com/blog/2025-global-crypto-adoption-index**TRM Labs — 2025 Crypto Adoption and Stablecoin Usage**trmlabs.com/reports-and-whitepapers/2025-crypto-adoption...**Receita Federal — stablecoins no volume declarado**gov.br/receitafederal/.../stablecoins-ja-respondem...**Receita Federal — dados abertos de criptoativos**gov.br/receitafederal/.../criptoativos**Banco Central — regulação de ativos virtuais**bcb.gov.br/detalhenoticia/811/noticia**Banco Central — Resolução BCB 520/2025**bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo...**ANBIMA/Datafolha — 9º Raio X do Investidor**anbima.com.br/.../raio-x-do-investidor-brasileiro...**DataReportal — Digital 2026: Brazil**datareportal.com/reports/digital-2026-brazil**Circle — Nubank e acesso a USDC**circle.com/case-studies/nubank**Kaiko — State of LATAM Crypto Markets 2025**marketing.kaiko.com/.../State of LATAM Crypto Markets**Kaleidos — Papers e estudos de marketing cripto**kaleidos.com.br/papers**OBSERVAÇÃO**

Chainalysis mede valor recebido on-chain e não equivale a faturamento, investimento ou número de usuários. DataReportal usa “identidades” de redes sociais e alerta que elas não representam necessariamente pessoas únicas. ANBIMA/Datafolha mede resposta declarada em amostra populacional.

DATA DE CORTE

20 de setembro de 2026. Consulte as fontes para revisões posteriores.

[CONCLUSÃO]

O BRASIL NÃO PRECISA DE MAIS HYPE. PRECISA DE MAIS CLAREZA.

O mercado já tem escala, infraestrutura e atenção. O novo diferencial é tornar confiança visível e crescimento mensurável.

A marca que explica melhor o risco, prova melhor o valor e mede melhor o comportamento não precisa gritar mais alto.

Se você lembrar de cinco coisas

- ◆ O Brasil lidera a América Latina em valor cripto recebido.
- ◆ Stablecoin deslocou a categoria para utilidade financeira real.
- ◆ A maior audiência futura ainda não é cripto-nativa.
- ◆ Compliance, educação e suporte fazem parte do marketing.
- ◆ O funil termina em retenção e receita, não em follower ou cadastro.

USE ESTE RELATÓRIO

Faça o Maturity Score

Reúna marketing, produto, vendas e compliance. Encontre a menor dimensão e transforme-a no plano dos próximos 90 dias.

FALE COM A KALEIDOS

Estratégia que vira sistema

Posicionamento, conteúdo, distribuição e growth para projetos de cripto, web3 e fintech.

kaleidos.com.br · [Agendar uma conversa](#)

KALEIDOS INTELLIGENCE

Pesquisa boa não encerra a conversa. Ela melhora as perguntas que o mercado passa a fazer.