



NU México

El pasado 2 de enero, Nu México, dirigida por **Armando Herrera**, la aún plataforma de servicios financieros digitales que continúa registrada como sofipo y que dice tener 13 millones de clientes en el país, anunció que **Romina Benvenuti**, directora de Asuntos Públicos, Regulatorios y Jurídicos de Nu México, ha sido nombrada co-coordinadora del Comité de Banca y Pagos Digitales de la Asociación de Bancos de México (ABM) para el periodo 2025-2027, que encabeza **Emilio Romano**.

Algo han de saber los bancos y la asociación sobre el proceso de aprobación pendiente del inicio de operaciones como banco múltiple (tienen autorizada la licencia) que lleva a cabo la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), que preside **Ángel Cabrera**, como para que este emisor de tarjetas (relevante, sin duda) pueda transformarse en un asociado activo, no sólo de cuota.

La designación de **Benvenuti** es compartida con **Carlos González Fillad**, director ejecutivo de Soluciones Globales de Pago de HSBC.

La CNBV y con opinión del Banxico, que encabeza **Victoria Rodríguez**, está revisando con lupa el modelo de gestión de NU porque, siendo un modelo de penetración financiera exitoso en Brasil, ha registrado una gestión de intermediación "disruptiva" sustentada en una fuerte campaña de marketing para vender plásticos y colocar crédito, pero con pérdidas acumuladas, sólo el año pasado y a septiembre (último dato disponible), de 1,443 millones de pesos, más los acumulados de ejercicios anteriores, que implicaron una disminución directa a capital cercana a 4,500 millones de pesos, el doble del capital exigido por las autoridades mexicanas para operar un banco.

NU México, como SA, lanzó su primer plástico hace seis años, uno antes de la pandemia, y hoy dice tener 13 millones de clientes en el sistema, pero con una penetración interesante, porque asegura que 50% de sus clientes obtuvo su tarjeta de crédito con NU y 78% de los 13 millones se encuentran en zonas geográficas fuera de las grandes ciudades, o sea, ningún banco, ni BBVA México, tiene ese perfil de penetración financiera.

A Nubank Brasil le sobra capital para perderlo o invertirlo en ganar mercado, pero, al final, para las autoridades mexicanas, dada la experiencia financiera y la constante demanda de piso parejo, hoy cobra especial relevancia para el tránsito de esta sofipo a banco que resuelva su

desbalance en materia de captación y crédito, que cuente con un buen sistema de gestión de crédito que clasifique en condiciones NIIF la cartera vigente y vencida, que incorpore el estricto sistema bancario para evaluar y riesgo de mercado (tiene 80 mil millones de pesos captados a la vista y de exigibilidad inmediata y 30 mil millones a plazo), contra 25 mil millones de cartera, y que soporte e impulse el crecimiento de sus clientes, que no sólo fomente su endeudamiento.

Nu va para adelante, eso se dice, y es muy probable que el nombramiento de **Romina Benvenuti**, como representante bancaria y no de una sofipo, pueda ser ratificado antes de marzo, pero también antes tendrá que pagar la aportación extraordinaria de cuota al Prosofipo (que son 450 millones contra una pérdida anual de casi 4,500 millones de pesos) para que contribuya al sistema de protección del ahorro en función del tamaño y riesgo que asumió siendo sofipo.

Por cierto, como dice el boletín de **Romi**, el Comité de Banco y Pagos Digitales es uno de los 26 comités de trabajo especializados de la ABM y pertenece a la Comisión de Digitalización y Medios de Pago.

Estos comités tienen como objetivo facilitar la colaboración, elaborar proyectos orientados al buen funcionamiento, desarrollo y modernización del sistema bancario y financiero nacional, así como elevar su eficiencia y competitividad, y tenga en cuenta que, como actor financiero, ya es una entidad relevante que le encanta ser rompedor de barreras de bancarización, algo que en México ni el Banco del Bienestar se atreve a realizar.



DE FONDOS A FONDO

Por cierto, el 27 de enero descubriremos la propuesta completa de Revolut Banco en México, la que promete ser "banca sin fronteras", literal. **Juan Guerra** mostrará cómo en este subbancarizado país. Sólo en España aumentó su cuota de mercado a 6 millones de clientes, superando a Sabadell al ganar 13% del mercado. Sabadell haría crecer a BBVA en su mercado patrio para superar a Santander, pero no se pudo quedar con él.

