

Negocio de adquirencia de Bci **extiende sus pérdidas y accionistas inyectan capital**

POR NICOLÁS CÁCERES

El negocio de adquirencia de Bci, denominado "Bci Pagos" sigue registrando números rojos. De acuerdo con los estados financieros de la compañía, al cierre de 2025 reportó pérdidas de \$ 1.484 millones, superando ampliamente las anotadas un año antes, esto es, \$ 231 millones.

En la línea de "ingreso neto por comisiones y servicios", obtuvo \$ 2.660 millones, una cifra menor a lo registrado en 2024, cuando anotó \$ 3.250 millones. Asimismo, la pérdida operacional cerró 2025 en \$ 2.037 millones, superando las

■ **Bci Pagos destacó que el aumento de capital de \$5.963 millones fue destinado al crecimiento.**

pérdidas por este concepto que, en 2024, se ubicaron en \$ 622 millones.

Los socios

Bci Pagos (Pagos y Servicios) es una sociedad cuyo controlador es la multinacional estadounidense Global Payments, que, a través de "EMS Servicios de Pago S. de

R.L. de C.V.", tiene el 50,1% de las acciones, mientras que Bci ostenta el 49,9% de los títulos.

El 18 de diciembre del año pasado, en el marco de una junta extraordinaria de accionistas de Bci Pagos, se acordó aumentar el capital de la sociedad en \$ 5.963 millones.

El 22 de diciembre de 2025, Bci enteró su parte de la capitalización correspondiente a \$ 2.975 millones, lo cual la sociedad registró como anticipo de aporte de capital por enterar. Mientras que el 2 de enero de 2026, EMS Servicios de Pago S. de R.L. de C.V. enteró su aporte por un monto de \$ 2.987 millones.

Bci Pagos envió una declaración



JULIO CASTRO

a DF señalando que "estamos trabajando en una nueva etapa de escalamiento comercial a través de nuevos segmentos de clientes, lo que ha implicado inversiones adicionales para fortalecer nuestra propuesta de valor".

Este plan, indicó Bci Pagos, "contempló un aumento de capital,

suscrito por ambos socios, que se tradujo en el fortalecimiento de los equipos comerciales y en nuevas capacidades de desarrollo de producto. Ello tuvo como resultado el lanzamiento de un nuevo POS, de un canal de *e-commerce* y nuevos productos para llegar a nuevos segmentos corporativos".