



“Nuevo rumbo, liderando la transformación de los medios de pago”

La Cámara de Medios de Pago impulsa la digitalización y la innovación en Argentina

- La cámara representa a los principales actores del ecosistema de pagos: marcas de tarjetas, adquirentes, procesadores, administradores, billeteras digitales, emisores y cámaras compensadoras.
- Su misión es promover la evolución del ecosistema de medios de pago digitales, facilitando el desarrollo de la economía y simplificando la vida cotidiana de las personas.
- Algunos de sus logros en colaboración con el sector público son: soluciones de pagos en transporte, digitalización de propinas, programa Pedí el POS.

Buenos Aires, 1 de octubre de 2025. — La Cámara de Medios de Pago protagonizó hoy su relanzamiento en el evento "Nuevo rumbo, liderando la transformación de los medios de pago". Este encuentro institucional, que reunió a referentes de la industria, organismos públicos, cámaras afines y medios de comunicación, marca un hito estratégico: la presentación de su nueva identidad institucional y el lanzamiento de una agenda que posiciona a la **institución como referente del ecosistema de pagos en Argentina y la región.**

El encuentro tuvo el objetivo de compartir la visión de futuro de la industria, sus oportunidades y desafíos, así como las prioridades de política sectorial para 2025–2026.

El presidente de la Cámara, **Gustavo Salerno** (Cabal), abrió el evento, seguido de dos conversaciones de la nueva directora ejecutiva de la Cámara, Luciana Rios Benso, con Pedro Inchauspe, director del Banco Central de la República Argentina y con Fernando Blanco Muiño, Subsecretario de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial.

“Nuestra misión es clara: promover la evolución de los medios de pago digitales, facilitando el desarrollo de la economía. Trabajamos en pos de fortalecer la competitividad, la innovación y la inclusión financiera. Somos un punto de encuentro entre empresas, reguladores, organismos públicos, cámaras afines y medios, para seguir construyendo juntos un ecosistema ágil, transparente y seguro.”, introdujo Salerno.

Por su parte, **Luciana Rios Benso** resumió: “La innovación y la experiencia del usuario son los grandes motores de la transformación. La confianza y la seguridad en cada operación se convierten en diferenciales clave para responder a las expectativas de los consumidores y anticiparse a sus nuevas demandas. Por otro lado, la evolución del ecosistema requiere de una agenda que involucra la participación activa de todos los actores que lo componen,

desde sus distintos roles, y que esto no sería posible sin la colaboración público-privada. Nuestra agenda está atravesada por la simplificación.”

Pedro Inchauspe, director del BCRA, se refirió a la importancia del ecosistema: “es la mejor forma de hacer políticas públicas, trabajar juntos con el sector. Para eso, son importantes la innovación y la confianza. El marco normativo tiene que permitir y fomentar la innovación. Nuestro rol es acompañar y fomentar al sector privado. Que crezca con marcos normativos claros y seguridad jurídica. Cuando son soluciones sistémicas generás confianza y se puede trabajar en una agenda común.”

Fernando Blanco Muiño recordó que “desde que asumimos nos reunimos con la Cámara de Medios de Pago con una visión de futuro y de presente. Veníamos con una agenda del pasado, y nos pusimos a trabajar juntos en las normas necesarias para modernizar la Argentina. Esa agenda está cumplida y fue trabajándolo juntos. Antes, por ejemplo, un turista tenía que cambiar plata para dejar una propina”, concluyó para mostrar soluciones en la vida cotidiana.

La agenda del evento incluyó:

- El diálogo "**Pagos en movimiento: la agenda de las marcas líderes**", con representantes de Cabal (Gustavo Salerno), American Express (Manuel Cascante), Visa (Gabriela Renaudo), Mastercard (Fernando González) y NaranjaX (Pablo Caputto), quienes compartieron su mirada estratégica sobre el presente y el futuro del ecosistema de pagos y sus tendencias. A su vez analizaron las condiciones de desarrollo del sistema para impulsar el crecimiento económico y del consumo. Y el impacto de la IA en el comercio.

Desde el punto de vista de los usuarios se debatió sobre la evolución de los hábitos de consumo, la confianza y seguridad como valor diferencial, e innovación en experiencias.

- Una disertación sobre "**El mapa de la ciberseguridad en América Latina y Argentina**" con Walter Rissi, socio a cargo de Consulting de KPMG Argentina.
- El panel "**Interoperabilidad y crecimiento: desafíos de la nueva adquirencia**", con la participación de líderes de Fiserv (Juan de la Torre), Payway Argentina (Emiliano Porciani), Worldpay (Juan Pablo D'Antiochia) y Global Processing (Patricia Furlong), quienes abordaron la evolución del mercado de adquirencia en Argentina y su impacto en el ecosistema.

Sobre la base del crecimiento sostenido del uso y aceptación de medios de pago de los últimos años y la evolución del consumo, los CEOs exploraron los factores, comportamientos y desarrollos que traccionaron dicha evolución y cómo facilitar un mayor impulso en lo que viene. A su vez remarcaron la relevancia de la colaboración público-privada, enfatizando la predisposición al diálogo con reguladores y autoridades gubernamentales y de otros poderes del Estado en todas sus dimensiones.

En este sentido, se repasaron algunos de los **logros compartidos**, como:

- Programa Pedí el POS
- Eliminación de retenciones nacionales -IVA y Ganancias-
- Digitalización de Propinas
- Soluciones de Pago en Transporte
- Bimonetarismo
- Interoperabilidad

Algunos de los principales conceptos fueron:

Fernando González, de Mastercard: “Estamos atravesando una acelerada transformación. El consumidor digital de hoy espera experiencias que combinen simplicidad, seguridad y velocidad. Trabajamos sobre esos tres pilares para ofrecerle la mejor experiencia. La inteligencia artificial ya no es una opción, es una necesidad. Los ejes más relevantes son la ciberseguridad y los agentes. El desafío va más allá de usar la IA: se trata de crear soluciones y productos que ella misma pueda utilizar.”

Gabriela Renaudo de VISA: “Estamos trabajando fuertemente en cómo traemos experiencias que bajen la fricción y den seguridad al realizar una transacción en el mundo online. En esto, Click to Pay tiene un rol fundamental, es un es el nuevo estándar de industria global para los pagos en línea que estamos trabajando con las marcas. En cuanto a lo que se viene, es el mundo de IA e Intelligence Commerce, que va a cambiar definitivamente la manera en que conocemos el ecosistema de pagos. Se trata de un comercio hecho por agentes, sin intervención humana, donde los pagos pasan a ser invisibles. Por eso estamos trabajando en empoderar al consumidor y a los comercios y garantizar mayor protección de los datos y seguridad. Argentina es un país de adopción digital muy rápida, entonces como industria tenemos que prepararnos para esto.”

Manuel Cascante, de American Express Argentina: “El consumidor actual es más exigente que nunca, y esa exigencia está estrechamente ligada a la digitalización. Busca tres atributos esenciales: seguridad, personalización y un servicio excepcional. Ya no se trata solo de recibir un producto o servicio, sino de vivir interacciones relevantes y fluidas en cada punto de contacto con la marca.”

Pablo Caputto, de NaranjaX: “Hoy Argentina se destaca en la región por tener una de las tasas de crecimiento más altas en transacciones electrónicas, con la interoperabilidad de los códigos QR actuando como un poderoso catalizador para la competencia y la fluidez en el punto de venta. Combina una profunda inclusión financiera mediante las billeteras y cuentas bancarias logrando una penetración del 95% de la población. Y a su vez ha logrado

empujar la interoperabilidad plena beneficiando a usuarios y comercios. En este marco se destacan 3 desafíos: Avanzar hacia el Open Banking que permitirá ofrecer productos crediticios y de inversión más personalizados y eficientes Promover la lucha contra el fraude, invirtiendo en IA y educación financiera para generar confianza y experiencia en el usuario y robustecer el ecosistema. Impulsar la simplificación regulatoria y tributaria sobre los medios de cobro que todavía representan mucha fricción para comercios.”

Emiliano Porciani de Payway Argentina: “Estamos experimentando una revolución de los medios de pago en el comercio, que nos compromete a desplegar la tecnología para aceptar todas las innovaciones y profundizar la interoperabilidad que simplifique su operatoria y la experiencia del pagador. Ejemplos de esto en Payway son la implementación de pagos con tarjeta contactless en transporte alrededor del país y bimonetarismo con tarjeta de débito. Por último, orquestamos Cuotas MiPyME junto a todos los bancos ayudando a sostener el volumen de Cuota Simple”.

Juan de la Torre de Fiserv: “La principal oportunidad que tenemos como industria es que los medios digitales le sigan ganando al efectivo. A medida que llevemos más soluciones a los comercios, vamos a facilitarles su gestión. Hemos tenido un gran avance en materia de regulaciones, pero aún tenemos barreras por resolver: en retención de impuestos provinciales y en débitos y créditos, por ejemplo. Si eliminamos distorsiones, claramente vamos a tener mejores resultados”.

Patricia Furlong de Global Processing: “La interoperabilidad no solo requiere estándares y regulaciones claras, también demanda flexibilidad. Las compañías buscan soluciones hiperpersonalizadas que les permitan diferenciarse, y ahí es donde nuestro rol desde Global Processing cobra relevancia: proveer la infraestructura y la tecnología para que cada jugador pueda operar según sus necesidades. La apertura del transporte al ecosistema de pagos digitales es un factor diferencial: no solo habilita nuevos métodos de pago, también educa y genera hábitos. Estamos viendo un crecimiento acelerado en su adopción, con fuerte presencia de tarjetas prepagas y billeteras. Lo interesante es que lo que hoy empieza como un pago cotidiano en colectivos o subte, mañana se traduce en nuevos hábitos de consumo digital y abre camino a experiencias de pago más ágiles e inclusivas.”

El ecosistema de medios de pago

El ecosistema de medios de pago es el conjunto interconectado de empresas, tecnologías y regulación que permite realizar transacciones económicas entre consumidores, empresas, comercios y otras instituciones, facilitando los movimientos de dinero, brindando soluciones innovadoras, ágiles y seguras. Este ecosistema incluye redes de pago, marcas de tarjetas, adquirentes, procesadores, billeteras digitales, emisores financieros y no financieros, cámaras compensadoras y muchas otras formas nuevas de servicios que permiten que el dinero circule de manera segura, digital y eficiente. No se trata solo de un sistema transaccional, sino de un motor de inclusión financiera, innovación tecnológica y

crecimiento económico al garantizar la eficiencia, confiabilidad y seguridad en las operaciones de pago.

En América Latina, este ecosistema está en plena expansión:

- La digitalización acelerada tras la pandemia impulsó un aumento sin precedentes en la adopción y aceptación de pagos digitales.
- Los comercios, desde grandes cadenas hasta MIPYMEs, se suman cada vez más a las soluciones digitales, abriendo acceso a nuevos mercados y creando nuevas oportunidades de crecimiento.
- La región se proyecta como una de las de mayor crecimiento en pagos digitales en los próximos años, con Argentina desempeñando un papel clave en la adopción de nuevas tecnologías y en la construcción de un mercado transparente, competitivo e inclusivo.
- Crecieron los pagos con transferencia y con QR, así como la tecnología NFC llegó para facilitarnos las transacciones, acelerando los pagos sin contacto y generando una experiencia única en los pagos con el celular, dispositivos con tecnología NFC como smartwatches y tarjetas.

La Cámara de Medios de Pago

Es la voz del ecosistema de pagos digitales en Argentina. Representa a los principales actores del ecosistema de pagos: redes de pago, marcas de tarjetas, adquirentes, procesadores, billeteras digitales, emisores, cámaras compensadoras y muchas otras formas nuevas de servicios que permiten que el dinero circule de manera segura, digital y eficiente. Su misión es promover la evolución del ecosistema de medios de pago digitales de Argentina, facilitando el desarrollo de la economía. Trabaja en impulsar la innovación; generar conocimiento; fortalecer la cooperación público-privada; impulsar un ecosistema inclusivo, seguro y competitivo e incentivar la transformación digital de la economía argentina.

Conocé más

[Sitio](#)

[LinkedIn](#)