

Escuela de Negocios
Tipo de documento: Tesis de maestría



EMBA | Executive MBA

Medios de pago

Evolución transferencias 3.0

Autoría: De Meglio, Lara

Año: 2025

¿Cómo citar este trabajo?

De Meglio, L. (2025) "*Medios de pago. Evolución transferencias 3.0*". [Tesis de maestría. Universidad Torcuato Di Tella]. Repositorio Digital Universidad Torcuato Di Tella.

<https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/13838>

El presente documento se encuentra alojado en el **Repositorio Digital de la Universidad Torcuato Di Tella** bajo una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional
Dirección: <https://repositorio.utdt.edu>

MBA 2023-2024

**MEDIOS DE PAGO
EVOLUCIÓN TRANSFERENCIAS 3.0**

Por

Lara De Meglio

TUTOR

Juan José Munne

CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES 2025

AGRADECIMIENTOS

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me han acompañado y apoyado a lo largo de estos dos años.

En primer lugar, a mi familia por su apoyo incondicional. A mis padres, Carlos y Sandra, quienes siempre me incentivaron a dar un paso más en mi vida profesional y académica, empujándome a obtener un título de MBA a temprana edad y transmitiéndome los valores que me motivan a buscar constantemente el crecimiento personal. A mi abuela Dora, que ha rezado por mí desde mis primeros exámenes universitarios, dándome la confianza para usar mi conocimiento de manera efectiva.

En segundo lugar, a mi grupo del MBA: Astrid, Vale, Camilo y Fer. Su compañía y compañerismo fueron invaluable. Aprendí de ellos y con ellos, y juntos nos brindamos el apoyo necesario para que estos años fueran llevaderos, siempre con la energía que necesitaba para asistir a clases hasta tarde.

Finalmente, quiero agradecer a la Universidad Torcuato Di Tella y a mi tutor, Juan José Munne, quien desde el primer día me incentivó a escribir esta tesis. Su acompañamiento y orientación fueron fundamentales para poder entregar un trabajo interesante y relevante en el campo de los medios de pago.

ÍNDICE

Resumen	5
Planteo del Problema	7
Objetivos	9
Preguntas de investigación	10
Estructura de la Tesis	11
Introducción	13
Capítulo 1: Marco Teórico y Contextual de los Sistemas de Pago Digitales	17
Capítulo 2: El Ecosistema de Pagos en Argentina: Evolución y Estado Actual	25
Capítulo 3: Evolución histórica de los medios de pagos en Latinoamérica	32
Capítulo 4: Impacto y Adopción de las Transferencias Cuenta a Cuenta (PCT/A2A)	42
Capítulo 5: Desafíos y Estrategias de Adaptación en el Nuevo Ecosistema de Pagos	48
Capítulo 6: Conclusión	53
Bibliografía	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Comparativa esquemática entre pagos con tarjeta y A2A.....	19
Tabla 2: Resumen comparativo de costos.....	22
Tabla 3: Porcentaje estimado de transacciones en efectivo en América Latina (2000 vs. 2022)....	33
Tabla 4: Penetración de tarjetas activas por país (% de adultos con tarjeta activa, 2022).....	34
Tabla 5: Adopción de billeteras digitales y cuentas virtuales en América Latina (2020-2023).....	36
Tabla 6: Principales políticas de pagos digitales en América Latina.....	37
Tabla 7: Índice de educación financiera promedio por país (escala 1 a 10).....	38
Tabla 8: Porcentaje de empleo informal por país (2023).....	39
Tabla 9: Principales barreras para la inclusión financiera en América Latina.....	40

RESUMEN

En la presente tesis se explora la evolución y el impacto de las transferencias cuenta a cuenta (PAGO CON TRANSFERENCIA - PCT o ACCOUNT TO ACCOUNT - A2A) en el mercado de medios de pago en Argentina. Este fenómeno ha cobrado relevancia en los últimos años, particularmente a raíz de la pandemia de COVID-19, que aceleró la adopción de métodos de pago digitales y redujo la dependencia de las transacciones en efectivo y el uso de tarjetas de crédito y débito tradicionales.

El estudio comienza con un análisis del contexto y las diferentes formas de pago disponibles en el mercado argentino, destacando la transición de las transferencias entre cuentas de ser un método usado principalmente entre conocidos a convertirse en una alternativa popular para el comercio. La facilidad de uso y los bajos costos asociados con las transacciones A2A han impulsado su adopción tanto por consumidores como por comerciantes, quienes encontraron en este método una solución eficiente durante los tiempos de confinamiento, cuando la movilización de equipos de puntos de venta resultaba inviable.

Un enfoque particular se da al papel de Mercado Pago, que se ha establecido como líder en el segmento de A2A. Su cuenta remunerada y la capacidad de iniciar transferencias desde su plataforma han sido factores clave para su éxito. Esta tesis examina cómo Mercado Pago ha capturado una significativa cuota de mercado y cómo su estrategia ha influido en la dinámica competitiva del sector de medios de pago.

El crecimiento de las transferencias A2A está provocando un ajuste en la distribución de los pagos, lo que podría llevar a la desintermediación de actores tradicionales como las marcas de tarjetas y los procesadores de pagos. Este proceso de desintermediación se debe a que las transacciones A2A eliminan la necesidad de una tarjeta de crédito o débito como intermediario, reduciendo los costos asociados con el procesamiento de pagos con tarjetas y planteando un desafío significativo para los modelos de negocio de estos actores tradicionales.

La tesis también aborda la respuesta de la industria a esta disrupción. Las marcas de tarjetas y procesadores están explorando nuevas estrategias para adaptarse a la creciente popularidad de los pagos A2A, desde el desarrollo de soluciones de pago instantáneo hasta la oferta de servicios de valor agregado como programas de lealtad y análisis de datos. Sin embargo, la rapidez de adopción de estas nuevas tecnologías y la incertidumbre en el mercado crean un entorno competitivo y desafiante.

En conclusión, esta tesis proporciona una visión integral del impacto de las transferencias cuenta a cuenta en el mercado de medios de pago en Argentina, destacando las oportunidades y desafíos que presenta esta tendencia emergente. La capacidad de los actores del mercado para adaptarse a este nuevo paradigma será crucial para su éxito futuro en un sector en constante evolución.

Palabras Claves

Transferencias cuenta a cuenta (PCT) - Medios de pago – Desintermediación - Innovación financiera

PLANTEO DEL PROBLEMA

Dentro del mundo de medios de pago, hay distintas formas para pagar. Estos son el efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta de débito y en los últimos años las transferencias cuenta a cuenta dejaron de ser simplemente unas transferencias entre conocidos y pasaron a ser un método de pago.

La adopción creciente de PAGO CON TRANSFERENCIA (PCT) o ACCOUNT TO ACCOUNT (A2A) en Argentina no solo refleja un cambio en las preferencias de los consumidores, sino también en la infraestructura financiera y tecnológica del país. La pandemia aceleró la transformación digital, llevando a una mayor bancarización y al uso de aplicaciones móviles que facilitan las transferencias instantáneas. La simplicidad y la conveniencia de escanear un código QR o ingresar un número de CBU/CVU han hecho que estos métodos sean cada vez más atractivos tanto para consumidores como para comerciantes.

Además, la adopción de PCT y A2A ha sido impulsada por las políticas gubernamentales y regulaciones que buscan promover la inclusión financiera y reducir el uso de efectivo. Programas como Transferencias 3.0, impulsados por el Banco Central de la República Argentina, han fomentado la interoperabilidad entre diferentes plataformas de pago, permitiendo que los usuarios realicen transferencias entre bancos y billeteras electrónicas de manera más eficiente y económica. Esta iniciativa ha reducido los costos de transacción y ha mejorado la accesibilidad de los servicios financieros.

Mercado Pago se ha posicionado como un líder indiscutible en este nuevo ecosistema gracias a su capacidad de ofrecer soluciones integradas y una experiencia de usuario superior. Su cuenta remunerada no solo atrae a consumidores por los rendimientos ofrecidos, sino que también incentiva el uso de su plataforma para realizar pagos y transferencias. La función de iniciador de transferencias, que permite a los usuarios realizar pagos sin necesidad de conocer el número de cuenta del destinatario, ha simplificado aún más el proceso, incrementando la adopción.

La creciente preferencia por las transferencias cuenta a cuenta plantea desafíos significativos para las marcas de tarjetas y procesadores tradicionales. Estos actores, que han dominado históricamente el mercado de pagos electrónicos, se enfrentan a la posibilidad de una desintermediación que podría erosionar sus ingresos. Las transacciones A2A eliminan la necesidad de una tarjeta como intermediario, reduciendo así los costos asociados con el procesamiento de pagos con tarjetas. Esto no solo beneficia a los consumidores y comerciantes en términos de costos, sino que también plantea la necesidad de que los actores tradicionales reconsideren sus modelos de negocio y busquen formas innovadoras de mantenerse relevantes.

En respuesta a estos cambios, las marcas de tarjetas y los procesadores están explorando nuevas estrategias y tecnologías para adaptarse. Algunas empresas están invirtiendo en soluciones de pago instantáneo y en mejorar la interoperabilidad con las plataformas de PCT. Otras están desarrollando servicios de valor agregado, como programas de lealtad y análisis de datos, para ofrecer más que simples transacciones. Sin embargo, la incertidumbre sobre el futuro del mercado y la velocidad de la adopción de nuevas tecnologías crea un entorno desafiante y competitivo.

En conclusión, el auge de las transferencias cuenta a cuenta en Argentina está redefiniendo el panorama de los medios de pago. La capacidad de adaptarse a esta nueva realidad será crucial para que los jugadores tradicionales y emergentes puedan prosperar en un mercado en constante evolución. Este fenómeno no solo representa un cambio tecnológico, sino también un cambio cultural en la manera en que los argentinos perciben y utilizan los servicios financieros.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto de la adopción creciente de las transferencias Account to Account (A2A) en el ecosistema de medios de pago en Argentina, evaluando sus implicaciones para los actores tradicionales y emergentes del mercado financiero.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Examinar la evolución histórica de los métodos de pago en Argentina, con énfasis en la transición del efectivo y tarjetas hacia las transferencias digitales.
- Analizar el rol de las empresas tecnológicas, como Mercado Pago, en la transformación del mercado de pagos y su impacto en la experiencia del usuario.
- Identificar y evaluar los desafíos que enfrentan las marcas de tarjetas y procesadores tradicionales ante el auge de las transferencias cuenta a cuenta.
- Investigar las estrategias de adaptación e innovación implementadas por los actores tradicionales para mantener su relevancia en el cambiante mercado de pagos.
- Estudiar el impacto de la adopción de A2A en la inclusión financiera y la reducción de la economía informal en Argentina.
- Evaluar el potencial de las transferencias cuenta a cuenta para reducir los costos de transacción y mejorar la eficiencia en el sistema financiero argentino.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cómo ha impactado la adopción creciente de las transferencias cuenta a cuenta en la estructura competitiva del mercado de pagos en Argentina, y cuáles son las implicaciones a largo plazo para los actores tradicionales y emergentes?
2. ¿En qué medida las políticas gubernamentales y regulaciones, como el programa Transferencias 3.0, han influido en la adopción de PCT y A2A, y cómo han afectado la inclusión financiera y la formalización de la economía en Argentina?
3. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que están implementando las instituciones financieras tradicionales para mantener su relevancia en el mercado de pagos argentino frente al auge de las transferencias cuenta a cuenta, y cómo se comparan estas estrategias con las innovaciones de las empresas tecnológicas emergentes?

INTRODUCCIÓN

El panorama de los medios de pago en Argentina ha experimentado una transformación radical en la última década, reflejando cambios profundos tanto en la tecnología como en el comportamiento de los consumidores. Históricamente, el mercado argentino de pagos ha estado dominado por métodos tradicionales como el efectivo, las tarjetas de crédito y las tarjetas de débito. Sin embargo, en los últimos años, hemos sido testigos del surgimiento y la rápida adopción de un nuevo protagonista en este escenario: las transferencias cuenta a cuenta (PCT) o Account to Account (A2A).

Este fenómeno no es simplemente un cambio en las preferencias de los consumidores, sino que representa una revolución en la forma en que los argentinos conciben y realizan transacciones financieras. La transición hacia los pagos digitales, y específicamente hacia las transferencias cuenta a cuenta, refleja una evolución significativa en la infraestructura financiera y tecnológica del país, así como un cambio cultural en la relación de la población con el dinero y los servicios financieros.

La pandemia de COVID-19, que inició a principios de 2020, generó una transformación digital en todos los sectores de la economía. En el ámbito financiero, esta aceleración se manifestó en un aumento exponencial de la bancarización y en la adopción masiva de aplicaciones móviles que facilitan las transferencias instantáneas. La necesidad de mantener el distanciamiento social y reducir el contacto físico convirtió a los métodos de pago digitales en una herramienta no solo conveniente, sino esencial para la vida cotidiana.

En este contexto, la simplicidad y conveniencia de métodos como el escaneo de códigos QR o el uso de números CBU/CVU han transformado las transferencias cuenta a cuenta en una opción cada vez más atractiva tanto para consumidores como para comerciantes. La capacidad de realizar pagos de forma instantánea, sin necesidad de efectivo o tarjetas físicas, ha revolucionado desde las transacciones cotidianas en pequeños comercios hasta las operaciones de mayor importancia entre empresas.

Marco regulatorio y políticas gubernamentales

El gobierno argentino y las autoridades financieras han desempeñado un papel crucial en el fomento de esta transición hacia los pagos digitales. Reconociendo el potencial de las nuevas tecnologías para promover la inclusión financiera y reducir la dependencia del efectivo, se han implementado

una serie de políticas y regulaciones diseñadas para crear un entorno propicio para la innovación en el sector de pagos.

Un ejemplo de estas iniciativas es el programa Transferencias 3.0, impulsado por el Banco Central de la República Argentina (BCRA). Este programa, lanzado en noviembre de 2020, ha sido fundamental para mejorar la interoperabilidad entre diferentes plataformas de pago, permitiendo transferencias más eficientes y económicas entre bancos y billeteras electrónicas. Al establecer un marco común para las transferencias inmediatas, Transferencias 3.0 ha reducido significativamente las barreras para la adopción de pagos digitales, tanto para consumidores como para comercios.

Además, el BCRA ha implementado una serie de medidas regulatorias destinadas a fomentar la competencia y la innovación en el sector financiero. Estas incluyen la flexibilización de los requisitos para la apertura de cuentas bancarias digitales, la promoción de las fintech y la implementación de estándares de seguridad para proteger a los usuarios de servicios financieros digitales.

El papel de los nuevos actores tecnológicos

En este nuevo ecosistema de pagos, empresas tecnológicas como Mercado Pago han emergido como líderes indiscutibles, desafiando el dominio tradicional de los bancos y las compañías de tarjetas de crédito. El éxito de estas plataformas se basa en su capacidad para ofrecer soluciones integradas que combinan facilidad de uso, seguridad y una experiencia de usuario superior.

Mercado Pago, en particular, ha revolucionado el mercado con innovaciones como su cuenta remunerada, que no solo atrae a los usuarios por los rendimientos ofrecidos, sino que también incentiva el uso de la plataforma para realizar pagos y transferencias. La función de iniciador de transferencias, que permite a los usuarios realizar pagos sin necesidad de conocer el número de cuenta del destinatario, ha simplificado aún más el proceso, incrementando la adopción entre un amplio espectro de usuarios.

Estas plataformas tecnológicas han aprovechado la creciente penetración de los smartphones y la mejora en la conectividad a internet para ofrecer soluciones de pago que se adaptan perfectamente a las necesidades de una sociedad cada vez más digital. Al integrar múltiples servicios financieros en una sola aplicación, desde pagos y transferencias hasta inversiones y préstamos, estas empresas están redefiniendo lo que significa ser un proveedor de servicios financieros en el siglo XXI.

Desafíos para los actores tradicionales

El auge de las transferencias cuenta a cuenta presenta desafíos significativos para las marcas de tarjetas y procesadores tradicionales. Estos actores, que históricamente han dominado el mercado de pagos electrónicos, se enfrentan a la posibilidad de una desintermediación que podría erosionar sustancialmente sus ingresos.

Las transacciones A2A, al eliminar la necesidad de una tarjeta como intermediario, reducen drásticamente los costos asociados con el procesamiento de pagos. Mientras que las transacciones con tarjeta típicamente involucran múltiples intermediarios y tasas (emisor de la tarjeta, red de pago, adquirente), las transferencias cuenta a cuenta simplifican este proceso, beneficiando tanto a consumidores como a comerciantes en términos de costos y eficiencia.

Esta situación plantea una serie de preguntas cruciales para los actores tradicionales:

¿Cómo pueden adaptarse a un mercado donde su papel como intermediarios está siendo cuestionado?

¿Qué estrategias pueden implementar para mantener su relevancia y competitividad?

¿Cómo pueden aprovechar sus fortalezas existentes (infraestructura, base de clientes, experiencia en seguridad) para innovar y ofrecer nuevos servicios de valor agregado?

Respuestas y adaptación del mercado

En respuesta a estos desafíos, los actores tradicionales están explorando una variedad de estrategias y tecnologías para adaptarse al cambiante panorama de los pagos:

- **Inversión en tecnología de pagos instantáneos:** Muchas instituciones financieras tradicionales están desarrollando o mejorando sus propias plataformas de pago instantáneo para competir directamente con las soluciones ofrecidas por las fintech.
- **Mejora de la interoperabilidad:** Se están realizando esfuerzos para mejorar la interoperabilidad con las plataformas de PCT, permitiendo a los usuarios de tarjetas tradicionales beneficiarse de la simplicidad de las transferencias cuenta a cuenta.
- **Desarrollo de servicios de valor agregado:** Algunas empresas están enfocándose en ofrecer servicios complementarios, como programas de lealtad mejorados, análisis de datos avanzados para comerciantes, y herramientas de gestión financiera para consumidores.
- **Alianzas estratégicas:** Muchos actores tradicionales están buscando asociaciones con empresas tecnológicas para combinar sus fortalezas y ofrecer soluciones más innovadoras.

- Innovación en seguridad y prevención de fraudes: Aprovechando su experiencia en seguridad de pagos, las empresas tradicionales están desarrollando nuevas tecnologías para proteger las transacciones digitales.
- Sin embargo, la incertidumbre sobre el futuro del mercado y la velocidad de adopción de nuevas tecnologías crea un entorno desafiante y altamente competitivo. La capacidad de estas empresas para adaptarse rápidamente y reinventarse será crucial para su supervivencia y éxito en el largo plazo.

Implicaciones sociales y económicas

El auge de las transferencias cuenta a cuenta no solo está transformando el sector financiero, sino que también tiene implicaciones más amplias para la sociedad y la economía argentina:

- **Inclusión financiera:** La simplificación de los servicios financieros y la reducción de barreras de entrada están permitiendo que segmentos previamente no bancarizados de la población accedan a servicios financieros formales.
- **Economía informal:** El aumento de los pagos digitales podría contribuir a reducir la economía informal, mejorando la recaudación fiscal y la transparencia económica.
- **Cambios en los patrones de consumo:** La facilidad de los pagos digitales está influyendo en cómo y dónde los consumidores realizan sus compras, potencialmente beneficiando a comercios que adoptan rápidamente estas tecnologías.
- **Nuevas oportunidades de empleo:** El crecimiento del sector fintech está creando nuevas oportunidades de empleo en áreas como desarrollo de software, análisis de datos y ciberseguridad.
- **Desafíos de privacidad y seguridad:** El aumento de las transacciones digitales plantea nuevas preocupaciones sobre la privacidad de los datos y la seguridad cibernética.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL DE LOS SISTEMAS DE PAGO DIGITALES

Este capítulo establecería las bases teóricas para entender la evolución de los sistemas de pago y la economía digital. Incluye una revisión de la literatura sobre innovación financiera, teorías de adopción tecnológica, y el papel de la tecnología en la transformación de los servicios financieros.

1.1. Introducción a los medios de pago en la economía digital

Los medios de pago constituyen uno de los pilares fundamentales para el funcionamiento de las economías modernas. No solo permiten la concreción de intercambios económicos, sino que también son una herramienta esencial para la inclusión financiera, la trazabilidad de operaciones y la formalización de la economía. A lo largo del tiempo, estos medios han ido evolucionando a la vez de los desarrollos tecnológicos, regulatorios y socioculturales, desde el trueque y el efectivo, hasta las tarjetas y, más recientemente, los pagos digitales inmediatos.

En las últimas décadas, la digitalización de los servicios financieros ha transformado radicalmente la forma en que las personas acceden, administran y utilizan el dinero. En este contexto, los sistemas de pago digitales han ganado protagonismo como respuesta a una necesidad creciente de eficiencia, seguridad y conveniencia. Dentro de este universo, las transferencias cuenta a cuenta (Account-to-Account o A2A), impulsadas por iniciativas como Transferencias 3.0 en Argentina, representan un cambio de paradigma que merece un análisis detallado.

1.2. Tipología y evolución de los medios de pago

Los medios de pago pueden clasificarse en diferentes categorías según su naturaleza, nivel de digitalización y grado de intermediación. A grandes rasgos, se pueden distinguir:

- Medios de pago físicos: el más representativo es el dinero en efectivo. Es universalmente aceptado, inmediato y anónimo, pero también conlleva riesgos de seguridad y altos costos logísticos.
- Medios de pago electrónicos tradicionales: las tarjetas de crédito, débito y prepagas, que permiten pagos digitales mediante redes de adquirencia y procesamiento. Requieren infraestructura tecnológica, como terminales POS o gateways online, y conllevan costos asociados.

- Medios de pago digitales emergentes: billeteras virtuales, pagos con QR, transferencias inmediatas, criptomonedas y otros mecanismos que permiten transacciones sin contacto, muchas veces con mayor eficiencia y menor costo.

La evolución de estos instrumentos ha estado determinada por una combinación de factores tecnológicos, regulatorios y culturales. La aparición de internet, los smartphones y las redes móviles ha sido determinante en la migración desde los métodos físicos hacia soluciones más ágiles y descentralizadas.

1.3. La transformación digital en los servicios financieros

La digitalización de los servicios financieros no es un fenómeno reciente, pero sí ha cobrado velocidad en los últimos años. Factores como la penetración de internet móvil, el desarrollo de plataformas fintech, y los cambios en los hábitos de consumo han impulsado una adopción masiva de herramientas digitales.

Además, la pandemia de COVID-19 funcionó como un catalizador global. Las restricciones físicas obligaron tanto a comercios como a consumidores a adoptar medios de pago sin contacto, acelerando procesos que estaban en marcha. En Argentina, la cuarentena y el crecimiento del e-commerce durante 2020 y 2021 generaron condiciones ideales para la expansión de las transferencias inmediatas y el uso de billeteras digitales.

A nivel internacional, distintos países han avanzado hacia la implementación de sistemas de pagos instantáneos interoperables, como PIX en Brasil, UPI en India, Faster Payments en el Reino Unido o FedNow en Estados Unidos. Todos estos modelos comparten una lógica de transferencia inmediata, de bajo costo y sin intermediarios como tarjetas, lo que genera nuevas dinámicas en los mercados de pagos.

1.4. El concepto de A2A (Account to Account) y su distinción

Las transferencias cuenta a cuenta (A2A) consisten en el movimiento de fondos directamente entre dos cuentas bancarias o virtuales, sin la intervención de una tarjeta u otro instrumento intermedio. Esto las distingue de los pagos con tarjeta, en los que el dinero circula a través de esquemas de marca, redes de adquirencia y procesamiento antes de llegar al comercio.

Estas transferencias pueden realizarse mediante distintas plataformas (homebanking, apps, billeteras digitales) y con diversos formatos de identificación (CBU, CVU, alias, QR interoperable,

entre otros). En este sentido, la innovación no solo se da en la velocidad de la operación, sino en la experiencia de usuario, la accesibilidad y la reducción de costos.

Tabla 1: Comparativa esquemática entre pagos con tarjeta y A2A

Aspecto	Pago con Tarjeta	Transferencia A2A
Intermediarios	Emisor – Adquirente – Procesador - Marca	Banco/billetera del que genera la transacción y del que la recibe
Tiempo de Acreditación	Generalmente 24 a 48 hs	Inmediato
Costo para el comercio	Elevado (MDR, tasa de intercambio, costos de marca, compra del POS)	Bajo o nulo
Necesidad de POS	Sí	No (puede usarse QR, app, link, etc.)
Información Requerida	Datos de la tarjeta	Alias, CBU/CVU o QR interoperable

El modelo A2A representa entonces un sistema más horizontal y directo, sin la lógica de “pasarela” propia de las tarjetas, lo que lo convierte en una amenaza competitiva para los actores tradicionales del ecosistema de pagos.

En el siguiente apartado, se comentará más la diferencia de costos entre ambos modelos, un punto muy importante para entender la adopción del modelo de A2A, más que nada por los pequeños comerciantes.

1.5. Estructura de Costos en los Sistemas de Pago: Tarjetas vs. Transferencias A2A

Uno de los aspectos fundamentales que explican el avance de las transferencias cuenta a cuenta (A2A) en el ecosistema de pagos es la **diferencia estructural en los costos** que enfrentan los distintos actores, en especial los comercios. Mientras el modelo tradicional de pagos con tarjeta implica una cadena de valor con múltiples intermediarios y comisiones, el esquema A2A permite reducir o incluso eliminar gran parte de esos costos.

1.5.1. Costos en los pagos con tarjeta: estructura, actores y comisiones

El sistema de pagos con tarjeta implica la participación de distintos actores, cada uno de los cuales percibe un porcentaje del valor transaccionado. Esta estructura se conoce como el **modelo de cuatro partes**:

- **Tarjetahabiente:** el consumidor que realiza el pago.
- **Comercio:** quien acepta la tarjeta.
- **Emisor:** el banco o entidad financiera que emite la tarjeta al consumidor.
- **Adquirente (o procesador):** la entidad que contrata el comercio y procesa el pago.
- **Marca de tarjeta (Visa, Mastercard, etc.):** que regula el sistema y provee la red de aceptación global.

El **Merchant Discount Rate (MDR)** —también conocido como arancel al comercio— es el porcentaje del monto de cada transacción que se descuenta al comercio por aceptar pagos con tarjeta. Este arancel está compuesto por:

- **Tasa de intercambio:** es la parte del MDR que recibe el **emisor** de la tarjeta. Se justifica como compensación por asumir el riesgo crediticio, los costos de financiamiento (en el caso de crédito) y por proveer el instrumento al usuario. Es definida por las **marcas de tarjeta**, aunque en algunos países está regulada o limitada por ley.
- **Tarifa de adquirencia:** corresponde al **adquirente**, quien provee la terminal (o el sistema) al comercio, gestiona la relación comercial y realiza el procesamiento.
- **Tarifa de marca:** es el porcentaje que cobra la **marca** (Visa, Mastercard, etc.) por el uso de su red, su esquema de reglas y servicios asociados.

Ejemplo de desagregación del MDR:

Si el MDR aplicado a un comercio es del **2,5%**, puede distribuirse de la siguiente forma:

- **Tasa de intercambio:** 1,5% (va al emisor)
- **Tarifa de adquirencia:** 0,7% (va al adquirente)
- **Tarifa de marca:** 0,3% (va a Visa, Mastercard, etc.)

Cabe destacar que estos porcentajes varían por rubro, tamaño del comercio, tipo de tarjeta (débito, crédito, beneficios), régimen impositivo, país y acuerdos particulares. En Argentina, por ejemplo, la Ley 27.253 y sus reglamentaciones han buscado limitar el MDR y garantizar condiciones más equitativas para los comercios, especialmente los pequeños.

Además, los pagos con tarjeta implican:

- **Acreditación diferida de fondos al comercio** (usualmente 24 a 48 horas hábiles).
- **Costos adicionales de alquiler o compra de POS**, mantenimiento, y en algunos casos, cargos por reversos o contracargos.

1.5.2. Costos en las transferencias A2A: eficiencia y bajo arancel

A diferencia del modelo con tarjeta, en el esquema de **pagos cuenta a cuenta** los fondos se transfieren directamente desde la cuenta del comprador a la del vendedor, eliminando la participación de emisores, adquirentes y marcas. Esto simplifica la operación y reduce significativamente los costos.

Con la implementación del programa **Transferencias 3.0** en Argentina, el Banco Central promovió un sistema de **interoperabilidad con QR**, en el que todas las billeteras y bancos están obligados a aceptar pagos mediante QR de cualquier proveedor, con las siguientes características:

- **Acreditación inmediata (en tiempo real).**
- **Arancel máximo de 0,8% para operaciones con QR interoperable**, definido por normativa del BCRA, con excepción de microcomercios o ciertos rubros donde puede ser 0%.
- **Sin tasa de intercambio:** no hay comisiones que remuneren a emisores o adquirentes.
- **No hay costos de marca:** dado que no intervienen esquemas como Visa o Mastercard.

Esto implica que, para el comercio, el **costo de aceptar pagos A2A es considerablemente menor** al de las tarjetas. En muchos casos, además, pueden recibir promociones o bonificaciones por parte de las billeteras para incentivar su uso, incluso con arancel cero.

Tabla 2: Resumen comparativo de costos

Concepto	Pago con tarjeta	Transferencia A2A / PCT
MDR / Arancel al comercio	2% a 3% promedio (variable)	Máximo 0,8% (regulado por el BCRA)
Tasa de intercambio	Sí (1% a 1,5% promedio)	No aplica
Costo de marca	Sí (Mastercard, Visa, etc.)	No aplica
Tiempo de acreditación	24-48 hs	Inmediato
Costos adicionales	POS, mantenimiento, reversos	Usualmente sin costos adicionales

Este esquema más directo y económico ha sido uno de los principales motores detrás del **crecimiento de pagos con transferencia en Argentina**. Para los comercios, implica menor fricción, menos dependencia de terceros y más liquidez. Para los consumidores, reduce las barreras de uso y fomenta una relación más directa con sus fondos, especialmente en el caso de billeteras con cuentas remuneradas.

1.6. El papel del Estado y la regulación en la digitalización

En economías emergentes, la intervención del Estado y los bancos centrales ha sido clave para fomentar la inclusión financiera a través de mecanismos de pago digitales. Esto se da por múltiples razones:

- Formalización de la economía: al reducir el uso de efectivo, se amplía la trazabilidad de las transacciones.
- Reducción de costos de manejo de efectivo: tanto para el Estado como para los comercios.
- Acceso a servicios financieros: mediante canales digitales, incluso en zonas donde no hay sucursales bancarias.

En el caso argentino, la iniciativa Transferencias 3.0, lanzada por el Banco Central en 2020, establece un marco para la interoperabilidad de pagos con QR entre bancos y billeteras electrónicas, garantizando acreditación inmediata y aranceles bajos para los comercios. Esta

medida busca democratizar el acceso a pagos digitales, reduciendo las barreras de entrada para pequeños comercios y consumidores no bancarizados.

Además, la regulación ha fomentado la creación de Proveedores de Servicios de Pago (PSP) no bancarios, que han ganado terreno en el ecosistema, ofreciendo soluciones simples, móviles y en tiempo real. Estos nuevos actores contribuyen a una mayor competencia e innovación.

1.7. Cambio cultural y hábitos de consumo

Más allá de la tecnología y la regulación, el éxito de un medio de pago también depende del comportamiento del consumidor. En los últimos años, especialmente entre los más jóvenes, se observa un cambio cultural significativo:

- Se prioriza la comodidad y la inmediatez en las operaciones.
- Se busca evitar el contacto físico o el uso de efectivo.
- Se valora la experiencia digital integrada, como la que ofrecen las billeteras con funciones múltiples (pagos, inversiones, préstamos, etc.).

Este cambio cultural no es menor: lo que antes era una transferencia ocasional entre conocidos, hoy se percibe como un método válido, frecuente y confiable para pagar bienes y servicios, inclusive en comercios pequeños. La confianza en los medios de pago digitales ha crecido notablemente, en parte gracias a la mejora en la experiencia de usuario y al soporte de empresas que invierten en marketing y educación financiera.

CAPÍTULO 2

EL ECOSISTEMA DE PAGOS EN ARGENTINA: EVOLUCIÓN Y ESTADO ACTUAL

Este capítulo examina la historia de los métodos de pago en Argentina, la transición hacia los pagos digitales, el marco regulatorio actual (incluyendo iniciativas como Transferencias 3.0), y un análisis del mercado actual, incluyendo los principales actores y sus cuotas de mercado.

2.1. Introducción al sistema de pagos argentino

En Argentina, el sistema de pagos ha sido tradicionalmente dominado por el uso de efectivo, producto de factores culturales, económicos y sociales que favorecían su utilización. Sin embargo, en los últimos años, el país ha experimentado una rápida transformación hacia formas de pago electrónicas. La digitalización, las iniciativas regulatorias del Banco Central de la República Argentina (BCRA), y el crecimiento de las fintechs y billeteras digitales han propiciado un cambio de paradigma. La pandemia de COVID-19 también jugó un rol determinante al acelerar la adopción de pagos sin contacto, por seguridad sanitaria.

La necesidad de formalizar la economía y ampliar la inclusión financiera ha motivado una serie de políticas públicas que promueven el uso de medios de pago digitales. Esta tendencia ha provocado que el ecosistema se diversifique, incluyendo tarjetas de crédito y débito, transferencias inmediatas (PCT/A2A), billeteras virtuales y recientemente, soluciones internacionales como Apple Pay y Google Pay (XPAYS).

El sistema argentino de pagos se estructura actualmente sobre tres pilares principales:

- **Medios de pago tradicionales:** efectivo, tarjetas de crédito y débito.
- **Pagos electrónicos modernos:** transferencias inmediatas, interoperabilidad QR, billeteras digitales.
- **Innovaciones globales:** XPAYS y pagos NFC, aún en expansión.

A pesar del avance en la digitalización, el efectivo continúa siendo relevante en muchos segmentos, especialmente en zonas rurales y en la economía informal. Esto crea un sistema híbrido donde coexisten múltiples métodos de pago, en función de factores como la edad, la ubicación geográfica, el acceso a tecnología, el nivel de bancarización y las preferencias personales.

Un rasgo distintivo del ecosistema argentino es la alta penetración de teléfonos inteligentes, que ha permitido que una porción importante de la población acceda a medios de pago digitales sin necesidad de tarjetas físicas. La innovación ha sido empujada por el sector privado —

especialmente fintechs—, pero articulada también por políticas regulatorias como Transferencias 3.0 y por iniciativas de interoperabilidad.

En este contexto, la evolución del sistema de pagos no puede analizarse de forma aislada, sino que debe entenderse como el resultado de una dinámica compleja entre actores tradicionales (bancos, adquirentes, marcas), nuevos jugadores (fintechs, big techs), y un Estado regulador que busca un equilibrio entre innovación, inclusión y seguridad. El modelo argentino ofrece, por tanto, una combinación única de oportunidades y desafíos que será explorada en mayor profundidad a lo largo de este capítulo.

2.2. Evolución por instrumento: del efectivo al teléfono móvil

La participación del efectivo en el total de pagos minoristas cayó significativamente entre 2016 y 2023, de acuerdo con los informes de pagos minoristas del BCRA. Mientras en 2016 el 88% de las transacciones se realizaban en efectivo, para 2023 esta cifra se redujo al 50%. Este cambio fue acompañado por un aumento constante en el uso de tarjetas de débito, tarjetas de crédito y transferencias.

Las tarjetas de débito se beneficiaron inicialmente del crecimiento de la bancarización por la inclusión de planes sociales, como la Asignación Universal por Hijo. Las tarjetas de crédito, por su parte, se consolidaron como instrumento central del consumo, especialmente gracias a los planes de cuotas financiadas como Ahora 12 y los beneficios otorgados por emisores y marcas. Estos beneficios, como descuentos y acumulación de puntos, fomentaron su uso intensivo, especialmente en segmentos medios y altos.

La evolución de los pagos digitales fue acompañada también por una creciente infraestructura. Se multiplicó la cantidad de terminales POS (puntos de venta), cajeros automáticos, y se introdujeron terminales móviles (mPOS) que facilitaron el cobro con tarjeta incluso para pequeños comercios. Paralelamente, los códigos QR se convirtieron en una solución extendida, permitiendo pagos desde billeteras digitales sin necesidad de una terminal física.

El auge de las transferencias inmediatas (PCT o A2A) se aceleró a partir de 2020, con la implementación de Transferencias 3.0. Esta política, impulsada por el BCRA, permitió la interoperabilidad de los códigos QR, permitiendo a los usuarios pagar con cualquier billetera escaneando cualquier QR. La facilidad de uso, la inmediatez de la operación y los costos bajos para los comercios incentivaron su adopción. Además, la estructura de costos reducida y la acreditación inmediata posicionaron a este modelo como una alternativa atractiva, particularmente para comercios que buscan minimizar comisiones.

La proliferación de billeteras virtuales como Mercado Pago, Ualá, Naranja X, Modo, entre otras, facilitó el acceso a pagos digitales sin necesidad de una tarjeta física o una cuenta bancaria

tradicional. El uso de teléfonos móviles como medio de pago se volvió común, particularmente entre jóvenes y usuarios digitales. Estas billeteras se integran con el ecosistema financiero, pero muchas también operan como cuentas digitales independientes, permitiendo guardar fondos, invertir, pagar servicios, recargar transporte y mucho más.

El siguiente paso en la evolución del ecosistema son los XPAYS, soluciones globales que permiten tokenizar tarjetas y realizar pagos de manera aún más simple y segura. Aunque todavía no alcanzan niveles masivos de adopción en Argentina, representan una vía de desarrollo hacia una experiencia de usuario más fluida y moderna.

En comparación con el uso de QR o transferencias manuales, la tecnología de pagos móviles mediante XPAYS (Apple Pay, Google Pay) ofrece una solución superior en términos de velocidad, seguridad y simplicidad. Aunque su uso en Argentina aún es incipiente, representa una gran oportunidad de expansión en los próximos años. La adopción de estas tecnologías podría consolidar el uso de tarjetas como un método relevante en el entorno digital, gracias a su capacidad de integrarse a experiencias móviles intuitivas y sin fricción.

El potencial de XPAYS se amplifica por su compatibilidad con tarjetas de crédito, lo cual permite a los usuarios continuar aprovechando cuotas, promociones bancarias y beneficios asociados, pero con una experiencia de pago más moderna y eficiente. Este elemento será clave para que las tarjetas no pierdan relevancia frente al crecimiento de las transferencias A2A.

Desde 2023, la habilitación del sistema de transporte público (subte y colectivos, y próximamente trenes) para pagos sin contacto con tarjetas NFC ha contribuido a acelerar aún más la adopción de esta tecnología. El uso cotidiano y masivo del transporte permite que millones de personas se familiaricen con esta modalidad de pago, lo que puede actuar como catalizador para que los usuarios extiendan su uso de NFC a otros ámbitos del consumo diario.

Esta evolución refleja una tendencia hacia la diversificación de métodos de pago, en la que conviven múltiples alternativas que se adaptan a las necesidades, preferencias y posibilidades de cada consumidor. El resultado es un ecosistema dinámico, competitivo y en constante transformación.

2.3. Factores culturales clave: promociones, cuotas y financiación

Uno de los factores más determinantes en el uso extendido de tarjetas de crédito en Argentina es la alta inflación estructural que atraviesa el país. En un contexto donde los precios aumentan constantemente, acceder a cuotas sin interés o con tasas subsidiadas permite a los consumidores protegerse parcialmente de la pérdida de poder adquisitivo. Al pagar en cuotas fijas, el usuario se

compromete a un precio nominal que, en términos reales, disminuye con el paso del tiempo si la inflación continúa.

Este fenómeno ha convertido a las tarjetas de crédito no solo en un medio de pago, sino en una herramienta de financiación y planificación financiera cotidiana. A diferencia de otros países donde el crédito al consumo se canaliza por otras vías (como préstamos personales o líneas de crédito bancarias), en Argentina las tarjetas concentran la mayor parte del financiamiento minorista de corto plazo. Esto se ve reflejado en datos del BCRA que muestran que más del 70% del crédito al consumo se canaliza por este instrumento.

Además, los planes de cuotas fomentados por el Estado —como el programa Ahora 12— han jugado un rol clave en consolidar este hábito. Estos programas permiten comprar en hasta 24 cuotas en sectores específicos (electrodomésticos, indumentaria, viajes, entre otros), y han sido sostenidos a lo largo de distintas gestiones gubernamentales como política activa para fomentar el consumo interno.

En paralelo, los emisores de tarjetas y las marcas (como Mastercard, Visa y Amex) ofrecen programas de beneficios, descuentos en comercios adheridos, acumulación de puntos y millas, y promociones exclusivas que refuerzan el valor percibido por los consumidores. Esto genera una fidelización que no es igualada por otros métodos de pago, como las transferencias A2A, que si bien son más económicas para los comercios, no cuentan con los mismos incentivos para los usuarios.

En términos culturales, el uso de tarjetas también está vinculado a un cierto estatus social, especialmente en sectores de ingresos medios y altos. La posibilidad de pagar en cuotas, acceder a beneficios exclusivos, y utilizar XPAYS desde un celular de alta gama, construye una experiencia de consumo alineada con la aspiración de modernidad y seguridad que muchos consumidores valoran.

Todo esto hace que, a pesar del crecimiento de las transferencias y de la conveniencia de los pagos A2A, la tarjeta de crédito mantenga una posición sólida en el ecosistema argentino. Su rol como medio de financiación y de acceso a beneficios seguirá siendo un factor de peso mientras persistan condiciones económicas como la inflación alta, la necesidad de cuotas, y la búsqueda de promociones atractivas por parte de los consumidores.

2.4. La oportunidad de los XPAYS en Argentina: innovación y conveniencia

En el contexto de un ecosistema de pagos en constante transformación, los **XPAYS** (como Apple Pay, Google Pay y Samsung Pay) representan una de las mayores innovaciones en términos de experiencia de usuario, seguridad y conveniencia. Estos sistemas de pago digital permiten a los

usuarios almacenar tarjetas de crédito o débito en sus dispositivos móviles y realizar pagos mediante tecnología **NFC (Near Field Communication)**, simplemente acercando el celular o el reloj inteligente a la terminal de cobro. Esta forma de pago elimina la necesidad de presentar una tarjeta física o realizar múltiples pasos manuales como escanear códigos QR o ingresar datos, lo que la convierte en una de las experiencias más fluidas disponibles en el mercado.

Aunque en Argentina su adopción aún es incipiente en comparación con otras regiones del mundo, el país ofrece un alto potencial de crecimiento para los XPAYS, gracias a varios factores estructurales:

- Alta penetración de smartphones, incluso en segmentos de menores ingresos.
- Consumidores acostumbrados a la digitalización, especialmente a través de billeteras virtuales como Mercado Pago, Modo o Ualá.
- Un ecosistema de pagos ya adaptado a soluciones móviles y sin contacto.
- Un sistema financiero centrado en las tarjetas, que son compatibles con XPAYS.

Lo que hace a los XPAYS especialmente relevantes para el mercado argentino es que se integran con los beneficios y promociones que ya son centrales para el consumidor local, como cuotas sin interés, reintegros y acumulación de puntos. A diferencia de otros métodos de pago como las transferencias A2A, que carecen de estos incentivos, los XPAYS no alteran la lógica de consumo sino que simplemente la potencian al ofrecer una experiencia más ágil, moderna y segura.

Beneficios clave para el usuario argentino:

- **Mayor seguridad:** Las transacciones se tokenizan y se pueden validar mediante biometría (huella, rostro), lo que reduce el riesgo de fraude.¹
- **Velocidad y practicidad:** No se necesita llevar la tarjeta física ni recordar el PIN.
- **Integración con programas de fidelización existentes,** sin cambiar hábitos de consumo.

Desde el punto de vista de los emisores y marcas de tarjetas, los XPAYS representan una oportunidad estratégica para sostener la relevancia de la tarjeta en un contexto donde las transferencias A2A ganan terreno por sus bajos costos. Si bien las transferencias son más económicas para los comercios, no ofrecen financiación ni recompensas, elementos que siguen

¹ BBVA. (2024). ¿Qué es la tokenización de los pagos? <https://www.bbva.com/es/innovacion/que-es-la-tokenizacion-de-los-pagos/>

siendo cruciales en un país como Argentina, donde la inflación convierte al crédito en una herramienta esencial para el consumo.

La expansión de los XPAYS podría marcar el diferencial competitivo necesario para que la tarjeta continúe siendo dominante, incluso en un entorno más digital y mobile-first. El incentivo ya no estaría solo en el plástico, sino en una experiencia integrada al dispositivo móvil del usuario, combinando lo mejor de ambos mundos: la robustez del sistema tradicional y la agilidad de las nuevas tecnologías.

A futuro (cercano), será clave que:

- Los bancos emisores habiliten rápidamente estas soluciones en sus apps y redes.
- Los comercios actualicen sus terminales POS para aceptar pagos NFC.
- El regulador genere un entorno normativo que incentive la competencia saludable entre XPAYS y billeteras nacionales, sin trabas a la innovación.

La adopción masiva de XPAYS no solo podría mejorar la experiencia de pago, sino también impulsar la formalización del consumo, ya que todo pago mediante XPAY queda bancarizado y registrado. Esta es una ventaja adicional que puede alinear los intereses del consumidor, los emisores y el regulador.

En conclusión, la verdadera clave para el futuro de la tarjeta de crédito en Argentina podría no estar en el plástico, sino en su integración con experiencias móviles superiores como los XPAYS. La competencia no es necesariamente entre tarjeta y transferencia, sino entre una experiencia fluida e integrada y otra más manual y fragmentada. En este sentido, los XPAYS representan una palanca de crecimiento y modernización crítica para el sistema de pagos local.

2.5. Panorama actual: convergencia de modelos y desafíos del sistema

El escenario actual muestra una convivencia de modelos. Las transferencias A2A ofrecen costos más bajos y eficiencia, mientras que las tarjetas ofrecen experiencia, beneficios y financiación. No parece haber un sustituto total de un modelo sobre otro, sino una convergencia que dependerá del tipo de consumidor, del comercio y del contexto de cada transacción.

A nivel desafíos, persisten barreras como:

- La falta de educación financiera.
- La escasa adopción de XPAYS fuera de capitales grandes.

- La necesidad de invertir en terminales de cobro con NFC.
- La resistencia cultural al uso de métodos nuevos por parte de algunos segmentos.

El ecosistema de pagos argentino está en transformación. Las nuevas tecnologías, junto con las necesidades propias de la economía local, han impulsado cambios profundos. Las transferencias se afianzan como una opción más eficiente y barata, pero las tarjetas, especialmente a través de XPAYS, tienen potencial para mantenerse competitivas si logran adaptarse al nuevo entorno. El futuro será del consumidor: elegirá, cada vez más, la opción que combine mejor conveniencia, seguridad, beneficios y experiencia de uso.

CAPÍTULO 3

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS MEDIOS DE PAGOS EN LA LATINOAMÉRICA

Este capítulo analiza la evolución de los medios de pago en América Latina. Se repasan los principales hitos regulatorios, avances tecnológicos y cambios socioculturales que moldearon los hábitos de pago en la región. Además, se comparan distintos países en cuanto a su nivel de adopción tecnológica y bancarización.

3.1. Contexto histórico y dependencia del efectivo

Durante décadas, el efectivo fue el medio de pago predominante en toda América Latina. Esta situación respondía a múltiples factores: baja bancarización, informalidad económica, falta de infraestructura financiera, inseguridad institucional y una cultura de desconfianza hacia los bancos y los gobiernos. La falta de acceso a servicios financieros básicos, como cuentas de ahorro, créditos o terminales de pago, limitaba cualquier intento de transición hacia medios más modernos.

En países como México, Perú, Bolivia, Paraguay y gran parte de Centroamérica, más del 90% de las transacciones eran realizadas en efectivo hasta bien entrada la década del 2000. El transporte público, los pequeños comercios, los pagos entre personas (P2P), e incluso muchas operaciones formales, dependían exclusivamente del dinero físico. El fenómeno también estaba impulsado por altos niveles de informalidad laboral y tributaria, con una gran parte de la economía funcionando por fuera del sistema fiscal.

El efectivo, aunque accesible, implicaba altos costos para los gobiernos (emisión, transporte, seguridad), limitaba la trazabilidad económica y dificultaba el acceso al crédito para individuos y pequeñas empresas que no podían demostrar ingresos bancarizados. Esta situación comenzó a cambiar con la expansión de la telefonía móvil, el acceso a internet y el avance de la digitalización financiera regional.

Tabla 3: Porcentaje estimado de transacciones en efectivo en América Latina (2000 vs. 2022)

País	2000 (estimado)	2022 (estimado)
México	95%	78%
Argentina	90%	62%

Brasil	88%	52%
Chile	85%	38%
Colombia	92%	60%
Perú	94%	70%

Fuente: Banco Mundial, BIS y bancos centrales nacionales.

3.2. Aparición y expansión de las tarjetas bancarias

La masificación de las tarjetas de crédito y débito en América Latina comenzó en los años 90, en un contexto de apertura financiera, crecimiento económico y modernización del sistema bancario. Marcas como Visa, Mastercard, American Express y Diners Club se expandieron en la región, inicialmente enfocadas en segmentos de altos ingresos.

El desarrollo fue impulsado también por la adopción de nuevas tecnologías, como los POS electrónicos y más tarde el chip EMV. Chile, Brasil y Argentina lideraron esta evolución gracias a políticas de bancarización activa y estabilidad macroeconómica relativa en ciertos períodos. Los bancos comenzaron a emitir tarjetas vinculadas a cuentas sueldo, mientras que el comercio formal fue adaptándose a aceptar pagos electrónicos.

No obstante, el proceso fue desigual. En países como Honduras, El Salvador, Guatemala o Bolivia, la penetración fue más lenta, debido a obstáculos regulatorios, menor acceso bancario y falta de incentivos comerciales. Incluso en países con más desarrollo, como México o Colombia, muchas pequeñas y medianas empresas (PYMES) continuaban priorizando el efectivo por encima de los costos de terminales, MDR, y la desconfianza hacia la fiscalización que implicaba operar con tarjetas.

Otro factor clave fue la falta de interoperabilidad entre emisores y adquirentes. Muchas veces, una tarjeta emitida por cierto banco no podía ser aceptada en algunos comercios, lo que generaba frustración y desincentivo en su uso. La baja inversión en infraestructura de adquirencia fuera de zonas urbanas también limitó el crecimiento.

Tabla 4: Penetración de tarjetas activas por país (% de adultos con tarjeta activa, 2022)

País	Tarjeta Débito (%)	Tarjeta Crédito (%)
Chile	85%	47%

Brasil	82%	58%
Argentina	78%	52%
Colombia	74%	38%
México	68%	32%
Perú	61%	25%
Bolivia	45%	18%

Fuente: Banco Mundial (Global Findex 2022), informes de bancos centrales.

La expansión de las tarjetas fue el primer paso hacia la digitalización financiera. Aunque su crecimiento no fue uniforme, marcó el inicio de una transición hacia sistemas de pago más seguros, trazables y formales. Su consolidación sentó las bases para el desarrollo posterior de tecnologías como XPAYS, contactless y billeteras virtuales.

3.3. Digitalización financiera y aparición de fintechs

La verdadera transformación del ecosistema de pagos en América Latina comenzó con la irrupción de las fintechs y la progresiva digitalización financiera. Este fenómeno fue impulsado por una combinación de factores: el avance del acceso a internet y smartphones, el crecimiento de la economía digital, la falta de soluciones financieras tradicionales accesibles y la flexibilización regulatoria en varios países.

A partir de la década de 2010, comenzaron a surgir empresas tecnológicas que ofrecían servicios financieros sin necesidad de sucursales físicas, con procesos simples y completamente digitales. Estas empresas encontraron una oportunidad enorme en los sectores tradicionalmente desatendidos por la banca: jóvenes, trabajadores informales, emprendedores, personas sin historial crediticio y residentes de zonas rurales o periféricas.

En Brasil, compañías como Nubank revolucionaron el acceso al crédito con tarjetas 100% gestionadas desde una app, sin comisiones y con atención al cliente digital. Su enfoque en la experiencia de usuario, el diseño intuitivo y la transparencia les permitió alcanzar rápidamente millones de usuarios. PicPay, por otro lado, fomentó los pagos móviles entre personas, incentivando el uso del celular como billetera.

En Argentina, Mercado Pago lideró un proceso similar. Inicialmente concebida como una herramienta para facilitar pagos en el marketplace de Mercado Libre, la plataforma evolucionó

hasta convertirse en una billetera digital con múltiples funcionalidades: pagos con QR, transferencias, tarjetas prepagas, préstamos, cobros con link, cuenta remunerada, etc. Su presencia masiva en comercios informales y su facilidad de uso fueron claves para incorporar usuarios que nunca habían operado con el sistema bancario tradicional.

Colombia también experimentó un fuerte crecimiento en digitalización con la aparición de Nequi y Daviplata. Estas plataformas permitieron realizar pagos, retiros, transferencias y recibir subsidios sin necesidad de una cuenta bancaria convencional. Su alianza con bancos tradicionales como Bancolombia o Davivienda facilitó la integración dentro del sistema formal.

En México, la ley fintech de 2018 estableció un marco jurídico claro para empresas de tecnología financiera, incluyendo requisitos de operación, protección de datos y prevención de lavado de dinero. Esto atrajo inversiones locales e internacionales que aceleraron el desarrollo de soluciones como Clip, Konfío y Bitso, entre muchas otras.

El impacto de las fintechs fue doble: por un lado, aumentaron la inclusión financiera en segmentos antes excluidos; por otro, obligaron a los bancos tradicionales a modernizar sus servicios. Muchas entidades comenzaron a lanzar sus propias apps móviles, adoptar modelos de atención remota y ofrecer productos digitales competitivos.

La pandemia de COVID-19 fue un catalizador adicional. El confinamiento y la necesidad de realizar pagos sin contacto físico impulsaron la adopción de soluciones digitales en toda la región. Millones de personas abrieron cuentas virtuales para cobrar subsidios, hacer compras online, pagar servicios o enviar dinero. Esta transformación instaló hábitos que perduran en el tiempo.

Tabla 5: Adopción de billeteras digitales y cuentas virtuales en América Latina (2020-2023)

País	% Adultos con billetera digital (2020)	% Adultos con billetera digital (2023)
Brasil	34%	64%
Argentina	28%	61%
Colombia	26%	55%
México	21%	49%
Perú	18%	40%

Fuente: BID, Statista, bancos centrales.

El desafío ahora es consolidar estos avances, lograr interoperabilidad total entre plataformas, garantizar la seguridad de los datos, reducir los fraudes y continuar fomentando la educación financiera. Las fintechs demostraron que es posible transformar el ecosistema de pagos desde la innovación, pero la sostenibilidad a largo plazo requerirá marcos regulatorios estables, colaboración con el sistema bancario y estrategias centradas en el usuario.

3.4. Regulación, interoperabilidad y educación financiera

Uno de los factores más relevantes para consolidar la evolución del sistema de pagos en Latinoamérica ha sido la regulación. La intervención estatal ha tomado diversas formas según el país, desde marcos legales para fintechs hasta normativas que promueven la interoperabilidad entre actores del sistema financiero. A lo largo de la región, las autoridades monetarias han reconocido el valor de la digitalización como herramienta para promover la inclusión financiera y formalizar la economía.

Brasil fue pionero con el lanzamiento del sistema de pagos instantáneos PIX en 2020, desarrollado por el Banco Central. Este modelo obligó a bancos y fintechs a integrarse en una plataforma interoperable, que permite transferencias gratuitas e instantáneas 24/7. En pocos años, PIX superó en número de operaciones a las transferencias tradicionales y a los pagos con tarjeta de débito.

Argentina siguió un camino similar con Transferencias 3.0, una iniciativa del Banco Central que busca integrar bancos, fintechs y billeteras electrónicas mediante QR interoperables. Este sistema, junto con la regulación del MDR, redujo significativamente los costos para los comercios y fomentó la competencia.

México, a través del sistema CoDi, impulsado por Banxico, permite realizar pagos a través de QR y NFC operando sobre la red de transferencias SPEI. Si bien su adopción ha sido más lenta que la de PIX, representa un modelo a seguir en cuanto a integración digital promovida por el Estado.

Colombia, Chile y Perú también han avanzado con normativas que permiten la operación de entidades fintech bajo marcos claros, facilitando su crecimiento e integración con el sistema financiero.

Tabla 6: Principales políticas de pagos digitales en América Latina

País	Sistema	Año	Características principales
-------------	----------------	------------	------------------------------------

Brasil	PIX	2020	Transferencias 24/7, gratuitas, interoperables
Argentina	Transferencias 3.0	2020	QR interoperable, reducción de MDR, impulso a la digitalización
México	CoDi	2019	Pagos SPEI vía QR/NFC, participación obligatoria de bancos
Colombia	Marco fintech SFC	2018	Licencias para plataformas digitales, regulación de pagos
Perú	Modelo Pagos Digitales	2022	Interoperabilidad y fomento del uso de billeteras

Por otra parte, la educación financiera se ha convertido en una prioridad. Aunque el acceso digital ha crecido, muchos usuarios aún no entienden cómo utilizar herramientas como billeteras digitales, tarjetas contactless o plataformas de inversión. Esto genera un uso limitado o incorrecto de las soluciones disponibles, lo que impacta en la confianza del sistema.

Tabla 7: Índice de educación financiera promedio por país (escala 1 a 10)

País	Puntaje promedio
Chile	6.4
Uruguay	6.2
México	5.8
Argentina	5.5
Brasil	5.3
Colombia	4.9
Perú	4.6

3.5. Inclusión financiera y desafíos pendientes

La digitalización de los pagos en América Latina ha generado avances concretos en términos de acceso y eficiencia, pero aún enfrenta desafíos estructurales para alcanzar una verdadera inclusión financiera. A pesar del aumento en la tenencia de cuentas y billeteras digitales, millones de personas siguen excluidas del sistema financiero formal, o participan de forma intermitente, sin acceder plenamente a los beneficios del crédito, el ahorro o la inversión.

Uno de los principales obstáculos es la brecha de ingresos. Muchos latinoamericanos no logran acumular ahorros significativos ni mantener ingresos estables que justifiquen el uso continuo de herramientas financieras. El empleo informal, que en algunos países representa más del 50% de la fuerza laboral, impide acceder a productos como préstamos personales, tarjetas de crédito o seguros.

Tabla 8: Porcentaje de empleo informal por país (2023)

País	Empleo informal (%)
Bolivia	74%
Perú	70%
México	56%
Colombia	57%
Argentina	45%
Brasil	38%
Chile	30%

Fuente: CEPAL / OIT (2023)

La informalidad no solo limita la bancarización, sino que favorece el uso del efectivo y reduce los incentivos para operar con medios digitales. Por esta razón, las estrategias de inclusión deben ir más allá del acceso tecnológico: deben articularse con políticas laborales, fiscales y sociales que reduzcan la precariedad y formalicen la economía.

Otro aspecto relevante es la desigualdad territorial. En zonas rurales y periferias urbanas, la infraestructura digital es débil y el acceso a servicios financieros, escaso. Aunque las fintechs han logrado expandir su alcance gracias al celular, muchos usuarios no disponen de conectividad estable, dispositivos adecuados o conocimientos para operar con seguridad.

En algunos países, la percepción de inseguridad digital también limita el crecimiento. Los fraudes electrónicos, el phishing y las estafas por redes sociales han aumentado, generando desconfianza en parte de la población. Esto refuerza la necesidad de educación digital y campañas de concientización, así como de mejores mecanismos de protección del consumidor y mayor colaboración entre entidades financieras y organismos públicos.

Por otro lado, la equidad de género sigue siendo un pendiente. Las mujeres, especialmente en zonas rurales, tienen menor acceso a productos financieros y menor alfabetización digital. Iniciativas de bancos, gobiernos y ONGs comienzan a cerrar esta brecha, pero se requiere un enfoque sostenido y transversal.

Finalmente, la inclusión financiera también debe contemplar a las poblaciones migrantes, indígenas y personas con discapacidad, grupos históricamente marginados de los sistemas financieros tradicionales. En este sentido, la digitalización puede ser una oportunidad para desarrollar soluciones específicas y accesibles.

Tabla 9: Principales barreras para la inclusión financiera en América Latina

Barrera	Descripción
Ingresos inestables	Dificulta acceder a crédito, ahorro o seguros
Informalidad laboral	Reduce trazabilidad y acceso al sistema bancario
Brechas digitales	Limitaciones de acceso a internet, dispositivos o habilidades
Desconfianza e inseguridad	Temor a fraudes y estafas, poca familiaridad con servicios digitales
Género y territorio	Menor inclusión de mujeres, zonas rurales y poblaciones vulnerables

Fuente: CAF – Encuesta de capacidades financieras (2022)

A pesar de estos desafíos, las oportunidades son significativas. América Latina es una de las regiones con mayor crecimiento en adopción de tecnologías financieras, y la penetración móvil puede ser una palanca clave. Si se articulan políticas públicas, educación digital y estrategias empresariales centradas en el usuario, la región tiene el potencial de convertirse en un modelo de inclusión financiera digital a nivel global.

Los gobiernos y actores del ecosistema están empezando a implementar programas de capacitación, especialmente enfocados en jóvenes, adultos mayores y personas no bancarizadas. Las fintechs, por su parte, también han desarrollado contenidos accesibles y simples en sus plataformas para fomentar el uso responsable de sus servicios.

En definitiva, una regulación moderna, la interoperabilidad efectiva y la educación financiera son los tres pilares que permitirán consolidar la transición hacia un ecosistema de pagos más inclusivo, eficiente y resiliente en América Latina.

3.6. Perspectivas futuras del ecosistema de pagos en América Latina

El ecosistema de pagos en América Latina se encuentra en una etapa de profunda transformación, y las proyecciones para los próximos años son optimistas, aunque con desafíos. La creciente adopción de soluciones digitales, el avance de las billeteras electrónicas, la consolidación de sistemas interoperables y el surgimiento de tecnologías como los pagos contactless y la tokenización marcan una tendencia hacia un entorno cada vez más ágil, seguro e inclusivo.

Una de las principales perspectivas es la consolidación de los pagos instantáneos. Modelos como PIX en Brasil han demostrado su eficacia, y otros países están observando este tipo de desarrollos para replicarlos. Se espera que más gobiernos promuevan o aceleren plataformas públicas que fomenten la competencia, reduzcan costos y habiliten nuevos modelos de negocio.

Asimismo, se prevé un mayor protagonismo de las alianzas público-privadas, donde reguladores, bancos tradicionales, fintechs y operadores de tecnología colaboren para resolver problemas estructurales del sistema, desde la interoperabilidad hasta la seguridad.

El uso de inteligencia artificial y analítica de datos jugará un rol crucial para personalizar servicios financieros, prevenir fraudes y mejorar la experiencia del usuario. Las empresas que logren integrar estas herramientas de manera responsable podrán ofrecer servicios más eficientes, accesibles y adaptados a los nuevos comportamientos de consumo.

También se espera una creciente expansión regional de actores fintech, con modelos escalables que cruzan fronteras gracias a la digitalización. Esto permitirá acelerar la inclusión financiera en países más rezagados y aumentar la competencia en los más avanzados.

Por último, se proyecta un crecimiento sostenido de los pagos sin contacto y vía dispositivos móviles. El desarrollo de infraestructura NFC, sumado a la masificación de smartphones, habilitará una experiencia de pago más fluida y segura, tanto en comercios como en transporte público y servicios cotidianos.

En resumen, el futuro del ecosistema de pagos en América Latina dependerá de la capacidad de innovación, regulación inteligente y colaboración entre actores. La región está bien posicionada para capitalizar el momento y convertirse en un referente global en transformación digital financiera.

CAPÍTULO 4

IMPACTO Y ADOPCIÓN DE LAS TRANSFERENCIAS CUENTA A CUENTA (PCT/A2A)

Este capítulo analizará en profundidad el fenómeno de las transferencias cuenta a cuenta, incluyendo factores que impulsan su adopción, el papel de las empresas tecnológicas como Mercado Pago, el impacto en los consumidores y comercios, y las implicaciones para la inclusión financiera y la economía informal.

4.1. Introducción al fenómeno A2A

Las transferencias cuenta a cuenta, conocidas en la jerga técnica como A2A (Account to Account) o PCT (Pagos con Transferencia), han adquirido una importancia creciente en el ecosistema de pagos argentino. A partir de la implementación de políticas como Transferencias 3.0 y el desarrollo de nuevas tecnologías, se ha producido un cambio significativo en los hábitos de pago de los consumidores, con una migración progresiva desde métodos tradicionales hacia este tipo de transferencias.

En esencia, los pagos A2A permiten que una persona transfiera fondos directamente desde su cuenta bancaria o billetera digital a la cuenta del receptor, sin necesidad de intermediarios como redes de tarjetas o esquemas de compensación tradicionales. Esta operación, en general, se realiza de forma instantánea, con bajos costos para los comercios y sin comisiones para los usuarios.

El crecimiento de este modelo responde a múltiples factores: por un lado, una regulación favorable por parte del Banco Central que promovió la interoperabilidad y redujo barreras de entrada; por otro, el empuje de actores tecnológicos como Mercado Pago, que hicieron de estas transferencias una experiencia simple, rápida y accesible para millones de personas. Además, este fenómeno comenzó a consolidarse durante la pandemia de COVID-19, cuando no era posible acercarse presencialmente a los comercios. En ese contexto, muchas personas comenzaron a hacer pagos recurrentes mediante transferencias, lo que generó un hábito sostenido hasta el presente.

4.2. Evolución del uso de A2A en Argentina

Según los últimos datos del Banco Central de la República Argentina, el volumen de pagos con transferencia se ha multiplicado por más de cinco desde 2020, con un crecimiento exponencial

en los rubros de consumo cotidiano. En particular, las transferencias iniciadas desde billeteras virtuales han tenido un rol clave en esta expansión.

El cambio no solo se observa en el número de operaciones, sino también en el tipo de transacciones. Inicialmente, las transferencias electrónicas estaban reservadas para montos altos o pagos entre cuentas propias. Hoy, gracias a la interoperabilidad de los códigos QR, los pagos con transferencia se utilizan para comprar un café, pagar en una verdulería o abonar un servicio profesional.

Este fenómeno se apalanca en la alta penetración de smartphones, la creciente familiarización de los usuarios con el uso de aplicaciones financieras, y una progresiva bancarización digital que ha incorporado a millones de personas al sistema formal. La facilidad para escanear un QR y pagar directamente desde una billetera, sin necesidad de ingresar datos manuales o recordar alias bancarios, ha sido determinante.

Asimismo, es importante destacar que muchas aplicaciones de fintechs permiten que menores desde los 15 años puedan tener una cuenta y realizar transacciones. Esto implica que los más jóvenes ya están desarrollando hábitos digitales de pago desde edades tempranas, lo que configura un cambio generacional en el uso del dinero. Estas cuentas, además, suelen ser remuneradas, lo que incentiva aún más su utilización frecuente.

4.3. Rol de los actores tecnológicos

Las fintechs han sido protagonistas indiscutidas en el auge de las transferencias A2A. Empresas como Mercado Pago, Ualá, Naranja X y Modo han desarrollado soluciones intuitivas, confiables y accesibles que reemplazan —en muchos casos— a los canales tradicionales de la banca.

Mercado Pago, en particular, lidera el mercado con una propuesta que combina aceptación masiva de QR, vinculación directa con cuentas bancarias o virtuales, y una interfaz amigable. Su ecosistema de pagos permite tanto a pequeños comercios como a grandes cadenas aceptar transferencias inmediatas sin necesidad de contar con terminales POS ni asumir costos elevados.

La irrupción de Modo, apoyada por el sistema bancario tradicional, también marcó un hito en la evolución del modelo A2A. Su principal fortaleza radica en la posibilidad de vincular múltiples cuentas bancarias a una sola aplicación, lo que favorece la interoperabilidad y empodera al usuario. Además, al estar impulsada por más de 30 bancos públicos y privados del país, Modo

²ofrece una solución integrada dentro del sistema financiero formal, lo cual le permite apalancar relaciones existentes con clientes bancarizados y fortalecer su adopción en segmentos que quizás aún no estaban completamente fidelizados con las propuestas de las fintechs. Modo también ha invertido en educación al consumidor y en campañas de incentivo para comercios, buscando nivelar la cancha frente a los actores más consolidados del sector. No es un dato menor que Modo fue creada por casi todos los bancos más importantes de Argentina con el objetivo estratégico de hacerle frente al dominio de Mercado Pago en el universo de pagos digitales. Esta alianza inédita en el sistema bancario muestra el nivel de preocupación y de compromiso para sostener la relevancia de los bancos en el nuevo ecosistema.

Estas soluciones han desplazado parcialmente a las tarjetas como método de pago en el día a día, especialmente en sectores sensibles al costo (por ejemplo, gastronomía, ferias, economía informal) y entre consumidores más jóvenes y digitalizados. Sin embargo, como se analizó en el capítulo anterior, el acceso a promociones, cuotas y beneficios hace que las tarjetas aún conserven un rol central en otros segmentos.

4.4. Ventajas para consumidores y comercios

El modelo A2A ofrece beneficios claros tanto para los usuarios como para los comercios. Para los consumidores, la principal ventaja es la inmediatez y gratuidad del servicio. A diferencia de otros métodos donde se aplican cargos, las transferencias cuenta a cuenta no implican costos para quien paga, y la operación se acredita de forma instantánea.

Otra ventaja clave es la seguridad: al tratarse de operaciones autenticadas mediante contraseñas, biometría o tokens, el riesgo de fraude se reduce considerablemente. Además, no es necesario compartir datos sensibles como el número de tarjeta, lo que disminuye el riesgo de filtraciones o robos de identidad.

Para los comercios, el incentivo principal es el bajo costo de aceptación. Mientras que las tarjetas de crédito o débito implican comisiones de entre 1,5% y 3% del valor de la venta (además de plazos de acreditación que pueden llegar a los 10 días), los pagos A2A tienen costos significativamente menores. En el caso de Transferencias 3.0, el MDR máximo permitido es de 0,8%, con acreditación inmediata.

Esto representa una mejora sustancial en la rentabilidad de cada venta, especialmente para comercios pequeños o informales, que anteriormente evitaban aceptar pagos electrónicos por

² Modo. (s.f.). ¿Qué es MODO? <https://www.modo.com.ar/que-es-modo#conoce-modo>

el impacto en su margen de ganancia. El hecho de no requerir infraestructura costosa —como terminales POS— también favorece la adopción.

4.5. Implicancias para la inclusión financiera y la economía informal

Uno de los efectos más positivos del crecimiento de las transferencias cuenta a cuenta ha sido su capacidad para integrar a sectores históricamente excluidos del sistema financiero. Gracias a las billeteras virtuales y la posibilidad de operar desde un celular, millones de personas han accedido por primera vez a servicios financieros básicos como enviar y recibir dinero, pagar cuentas, y realizar compras.

Este proceso de digitalización permite, además, comenzar a construir un historial transaccional que, en el futuro, podría habilitar el acceso al crédito, seguros u otros productos financieros. Para poblaciones sin ingresos formales o sin cuenta bancaria, este es un paso fundamental hacia la inclusión financiera real.

En cuanto a la economía informal, el uso de pagos A2A plantea una oportunidad y un desafío. Por un lado, permite que sectores que operaban exclusivamente en efectivo comiencen a aceptar pagos digitales sin complicaciones. Por otro, implica un proceso de formalización que puede ser resistido si no existen incentivos adecuados. En este sentido, políticas que reduzcan la carga tributaria sobre las ventas digitales, o que ofrezcan beneficios fiscales a pequeños comercios digitalizados, podrían acelerar el cambio.

Es importante mencionar que en el caso argentino, el peso de la economía informal es especialmente alto, lo que convierte al modelo A2A en una herramienta estratégica para avanzar hacia una economía más formalizada. La digitalización de pagos puede ser el primer paso para incluir a estos sectores en un circuito financiero más amplio y transparente.

El Estado, a través de organismos como la AFIP o el Ministerio de Economía, tiene un rol clave para acompañar este proceso, articulando acciones que favorezcan la formalización progresiva, sin desalentar la adopción de medios electrónicos.

4.6. Limitaciones y desafíos del modelo A2A

A pesar de su crecimiento, el modelo de pagos A2A aún enfrenta varios desafíos. En primer lugar, la falta de incentivos para el usuario es una barrera: si bien el costo cero es un atractivo, muchos consumidores valoran más los beneficios que ofrecen las tarjetas, como acumulación de puntos, promociones y cuotas.

Asimismo, el modelo de negocios para los actores que operan en este ecosistema aún está en desarrollo. Las comisiones son bajas, y en muchos casos los servicios al consumidor son gratuitos, lo cual obliga a las fintechs a encontrar fuentes de ingreso alternativas, como la inversión de saldos, la oferta de productos financieros o la monetización de datos.

Otro obstáculo importante es la necesidad de educación financiera. Muchos usuarios aún desconocen cómo funciona una transferencia, qué implica su uso, o cómo proteger sus datos personales. La promoción de hábitos digitales seguros y el fortalecimiento de la confianza en el sistema son elementos clave para consolidar el crecimiento.

Por último, existen barreras tecnológicas en algunos segmentos de la población, especialmente entre adultos mayores o personas con bajo nivel de acceso a la conectividad. La brecha digital sigue siendo un factor que limita la expansión total del modelo A2A.

4.7. Conclusión: el futuro de las transferencias en Argentina

Las transferencias cuenta a cuenta se consolidan como uno de los pilares del nuevo ecosistema de pagos argentino. Su crecimiento acelerado, impulsado por la innovación tecnológica, la regulación favorable y la adopción por parte de consumidores y comercios, ha modificado el mapa de los pagos minoristas.

Sin embargo, su sostenibilidad a largo plazo dependerá de varios factores: la capacidad del sistema para ofrecer una experiencia competitiva frente a las tarjetas, el diseño de incentivos que estimulen su uso masivo, y la integración de los sectores más rezagados del país al entorno digital.

El modelo A2A representa una oportunidad concreta para avanzar hacia una economía más inclusiva, formal y eficiente. Si se articula correctamente con políticas públicas inteligentes y con estrategias sostenibles por parte del sector privado, puede transformarse en una herramienta clave del desarrollo financiero de la próxima década.

En este contexto, Argentina se encuentra ante una encrucijada: aprovechar la inercia positiva del cambio o permitir que los intereses tradicionales limiten la innovación. El camino elegido definirá no solo la forma en que se paga, sino también el nivel de inclusión, equidad y desarrollo económico que el país será capaz de alcanzar en los próximos años.

CAPÍTULO 5

DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN EN EL NUEVO ECOSISTEMA DE PAGOS

Este capítulo se centrará en los desafíos que enfrentan los actores tradicionales (bancos, procesadores y marcas de tarjetas) frente al auge de PCT/A2A, las estrategias que están implementando para adaptarse, y un análisis de las perspectivas futuras del mercado de pagos en Argentina, incluyendo tendencias emergentes y posibles escenarios futuros.

5.1. Introducción

El avance de las transferencias cuenta a cuenta (PCT/A2A) y la creciente popularidad de las billeteras digitales han producido una transformación profunda en el ecosistema de pagos en Argentina. Este fenómeno representa un cambio no solo tecnológico, sino también cultural, afectando a todos los actores involucrados en la cadena de pagos. Las marcas de tarjetas, procesadores y bancos tradicionales enfrentan desafíos significativos para mantener su relevancia y competitividad en un contexto donde la digitalización y la inmediatez son las nuevas reglas del juego.

Este capítulo se enfoca en analizar las tensiones que emergen entre los modelos tradicionales y las nuevas soluciones de pago, así como las estrategias que están desplegando los actores históricos para adaptarse a un entorno dinámico, incierto y altamente competitivo. También se explorarán tendencias emergentes, tales como la integración con XPAYS, el desarrollo de pagos instantáneos y las nuevas formas de fidelización del cliente, que delinearán los próximos años del sistema de pagos en Argentina.

5.2. Desafíos para los actores tradicionales

La principal amenaza que enfrentan bancos, marcas de tarjetas y adquirentes tradicionales es la posibilidad de desintermediación. En el modelo A2A, no hay necesidad de una tarjeta física o virtual para completar la transacción, lo que elimina comisiones asociadas al procesamiento de pagos y reduce el papel de las marcas internacionales.

Esto afecta directamente los ingresos por tasa de intercambio (interchange fee), comisiones de adquirencia y licencias de marca, pilares fundamentales del negocio tradicional. La presión regulatoria también juega un papel importante: el Banco Central ha promovido activamente la

interoperabilidad y los pagos sin fricción, limitando la capacidad de los actores tradicionales para imponer condiciones.

Además, la experiencia de usuario que ofrecen las fintechs suele ser más simple, rápida y centrada en el cliente. Esto pone en evidencia las limitaciones de muchos bancos que aún no han podido modernizar por completo sus canales digitales ni adoptar una visión ágil y centrada en datos.

Un punto crítico es que, entre los productos que ofrecen las tarjetas, el débito es el más amenazado por el avance de los pagos A2A. Su propuesta de valor —la disponibilidad inmediata del saldo— se ve replicada por las billeteras digitales y las cuentas virtuales, que permiten transferencias en tiempo real sin intermediarios. Por el contrario, la tarjeta de crédito conserva ventajas competitivas difíciles de replicar: acceso al financiamiento, programas de cuotas sin interés, promociones bancarias y diferimiento de pagos, todos beneficios especialmente valorados en un contexto de alta inflación como el argentino.

5.3. Estrategias de adaptación de bancos y adquirentes

Para enfrentar estos desafíos, los bancos y adquirentes han desplegado una serie de estrategias de adaptación que buscan conservar su cuota de mercado y aprovechar sus ventajas competitivas.

- **Inversión en plataformas propias:** El lanzamiento de Modo, analizado en el capítulo anterior, es una clara señal del intento del sistema bancario de recuperar terreno. Esta billetera interoperable, respaldada por más de 30 entidades bancarias, permite pagos A2A con una experiencia más integrada, transparente y segura.
- **Digitalización de procesos:** Muchas entidades están invirtiendo fuertemente en mejorar su banca digital, con onboarding 100% online, funcionalidades de gestión desde el celular, tarjetas virtuales y soporte 24/7. La adopción de modelos ágiles también permite lanzar productos de forma más rápida y personalizada.
- **Programas de fidelización y beneficios:** Una de las grandes fortalezas históricas de las tarjetas en Argentina son las promociones, descuentos y cuotas. Ante la amenaza de los pagos A2A, muchos bancos han intensificado estas estrategias, buscando retener usuarios mediante alianzas con comercios, cashback, puntos y beneficios exclusivos.
- **Educación financiera y comunicación:** Varias entidades están apostando por educar al consumidor sobre los beneficios de sus soluciones y reforzar la confianza en los medios digitales tradicionales. Esto incluye campañas en redes sociales, atención personalizada y materiales didácticos.

- **Disponibilidad de terminales sin fricción:** Otro frente importante es asegurar que los comercios cuenten con terminales de pago contactless funcionales y actualizados, permitiendo una experiencia sin fricciones tanto para los usuarios de tarjeta como para los de XPAYS. La facilidad con la que un cliente puede pagar incide directamente en su elección de método.

5.4. Estrategias de las marcas de tarjetas

Las marcas de tarjetas, como Mastercard, Visa y American Express, están en el centro del modelo tradicional y son quizás quienes enfrentan el mayor riesgo de desplazamiento. No obstante, su capacidad de innovación global y su red de alianzas les permite jugar un papel relevante en la nueva etapa.

- **Apuesta por los XPAYS y el NFC:** Apple Pay, Google Pay y Samsung Pay están comenzando a ganar terreno en el país. Estas soluciones permiten a los usuarios digitalizar sus tarjetas y pagar mediante NFC, con una experiencia sumamente fluida y segura. Para las marcas, estas billeteras representan una forma de mantener la tarjeta como núcleo del proceso, aun cuando el soporte físico desaparezca. La expansión del NFC es una oportunidad clave para las marcas, ya que les permite combinar la seguridad y conveniencia del pago contactless con promociones específicas que impulsan el consumo. Las campañas que incluyen reintegros, cuotas especiales o descuentos por pagar con determinadas billeteras digitales están siendo utilizadas como herramientas para revalorizar el uso de tarjeta en un entorno cada vez más competitivo.
- **Soluciones de pago instantáneo:** Varias marcas están desarrollando tecnologías que permiten a los emisores y adquirentes ofrecer transferencias inmediatas, aun fuera del modelo tradicional. Ejemplos globales como Visa Direct y Mastercard Send buscan competir directamente con los A2A, ofreciendo interoperabilidad, rapidez y respaldo de marca.
- **Expansión hacia servicios de valor agregado:** Las marcas han empezado a ofrecer más que solo procesamiento de pagos. Están desarrollando capacidades en análisis de datos, ciberseguridad, prevención de fraude, tokenización, e incluso programas de fidelización como Priceless.
- **Alianzas con fintechs y bancos digitales:** Lejos de verlos únicamente como competidores, muchas marcas están estableciendo acuerdos con actores emergentes para mantenerse relevantes. Esto incluye programas conjuntos de tarjetas, promociones digitales, soporte tecnológico y acceso a redes internacionales.

5.5. Tendencias emergentes en el ecosistema argentino

Mayor integración público-privada: La agenda del Banco Central, que impulsa Transferencias 3.0, ha sido clave para construir un sistema interoperable y competitivo. La colaboración con cámaras, fintechs, bancos y adquirentes es una tendencia que continuará, dado que el éxito de la digitalización depende de la cooperación entre sectores.

Pagos invisibles y biometría: La tendencia global hacia los "pagos invisibles" —aquellos que se realizan sin interacción explícita del usuario— también comienza a observarse en Argentina. Soluciones como el débito automático, los pagos en apps de movilidad, y la integración con reconocimiento facial o huellas digitales son campos con alto potencial.

Expansión del NFC y XPAYS: La adopción de terminales sin contacto y el uso del celular como medio de pago están en crecimiento. Desde que el transporte público habilitó el uso de NFC, se ha consolidado el hábito de acercar el teléfono para pagar, lo que acelera la adopción de XPAYS en otros rubros. Esta funcionalidad resulta clave para familiarizar a los consumidores con el uso del celular como medio de pago, especialmente en contextos cotidianos y de alto volumen como el transporte.

Fidelización a través de datos: Las entidades que logren aprovechar el análisis de datos para ofrecer experiencias personalizadas, promociones contextuales y mejores decisiones crediticias tendrán una ventaja competitiva clave. En este sentido, las marcas de tarjetas y los bancos tienen la oportunidad de innovar a partir del conocimiento que ya tienen del cliente.

5.6. Perspectivas futuras y posibles escenarios

El sistema de pagos argentino se encuentra en una etapa bisagra. Por un lado, las transferencias A2A seguirán expandiéndose, especialmente en sectores sensibles al costo y entre los más jóvenes. Por otro, las tarjetas aún ofrecen ventajas como el crédito, las cuotas, la financiación del consumo, y los beneficios, que siguen siendo altamente valorados en un contexto inflacionario como el argentino.

La competencia entre modelos no necesariamente implica la desaparición de uno u otro. Lo más probable es que se produzca una convivencia dinámica, donde cada método gane terreno en nichos específicos, y donde los actores que mejor se adapten y colaboren puedan seguir siendo relevantes.

Las fintechs seguirán marcando el ritmo de la innovación, pero los bancos y marcas de tarjetas tienen recursos, conocimiento del cliente y redes que pueden convertir en ventajas competitivas si logran transformarse con agilidad.

En un escenario optimista, Argentina podría consolidar un ecosistema de pagos moderno, inclusivo y eficiente, con múltiples opciones para el consumidor, altos niveles de formalización y una mejor experiencia general. Pero este camino requerirá inversiones sostenidas, regulación inteligente y una visión estratégica de largo plazo.

En definitiva, el futuro de los pagos en Argentina no está escrito, pero las decisiones que se tomen en los próximos años —por parte de empresas, reguladores y consumidores— serán determinantes para el modelo que prevalecerá.

CAPÍTULO 6

CONCLUSIÓN

El análisis detallado del sistema de pagos en Argentina, a lo largo de esta tesis, ha permitido identificar tendencias clave, desafíos estructurales y oportunidades de innovación que delinear el presente y el futuro de la industria. El país se encuentra en un punto de inflexión donde las fuerzas tecnológicas, regulatorias y culturales convergen para transformar la manera en que los argentinos realizan sus transacciones cotidianas.

Uno de los principales hallazgos es el rol protagónico que han asumido las transferencias cuenta a cuenta (PCT/A2A) dentro del ecosistema de pagos. Este fenómeno, potenciado por la pandemia de COVID-19, generó una disrupción estructural en los hábitos de consumo. El hecho de que, durante meses, no fuera posible acudir físicamente a los comercios incentivó fuertemente la utilización de medios digitales, como las transferencias, sentando las bases para una nueva normalidad. Este hábito no solo se consolidó en adultos, sino que se expandió a generaciones más jóvenes, gracias a la posibilidad que ofrecen las fintechs de abrir cuentas desde los 15 años y realizar transacciones en entornos simples y ágiles. La existencia de cuentas remuneradas, que permiten obtener una rentabilidad diaria, reforzó aún más el uso cotidiano de estos medios.

Al mismo tiempo, la informalidad económica —una característica estructural de la economía argentina— ha desempeñado un papel importante en la expansión de los métodos A2A. Comercios que operan fuera del circuito formal encuentran en las transferencias inmediatas una herramienta atractiva por su bajo costo y ausencia de comisiones asociadas a terminales POS, MDR o retenciones impositivas. Esto plantea un desafío significativo para las políticas de inclusión financiera y formalización, pero también representa una oportunidad: si los incentivos se alinean correctamente, estas prácticas podrían migrar hacia esquemas más integrados y regulados.

Sin embargo, el auge de los pagos A2A no implica la desaparición de los instrumentos tradicionales. Por el contrario, esta tesis sostiene que se avanza hacia un escenario de convivencia competitiva entre distintos métodos. Las tarjetas de crédito, en particular, conservan atributos valiosos: la posibilidad de financiar consumos, acceder a promociones bancarias, participar en programas de fidelización y contar con respaldo en disputas. En un país con niveles de inflación tan elevados como Argentina, la opción de pagar en cuotas sin interés se vuelve esencial para la economía del consumidor promedio. Este factor explica por qué, pese al avance de nuevos modelos, las tarjetas de crédito siguen siendo relevantes y su desaparición resulta improbable en el corto o mediano plazo.

Asimismo, los XPAYS y los pagos mediante NFC surgen como una alternativa que combina lo mejor de ambos mundos: la fluidez y seguridad de las nuevas tecnologías con la solidez del sistema bancario y de las marcas de tarjetas. La experiencia del usuario mejora significativamente mediante estos métodos, lo cual puede resultar decisivo para inclinar la balanza a su favor, especialmente en segmentos urbanos y bancarizados. La inclusión del transporte público como espacio de uso cotidiano del NFC (subte, colectivos, trenes) ha permitido acelerar este aprendizaje y familiarización, actuando como catalizador de la adopción.

En este contexto, los actores tradicionales no se han quedado pasivos. La creación de Modo, por parte del conjunto de bancos más importantes del país, representa una respuesta estratégica frente al avance de Mercado Pago. Esta plataforma busca recuperar protagonismo a través de la interoperabilidad, una experiencia centrada en el usuario y la capacidad de conectar múltiples cuentas. Aunque su adopción aún no alcanza los niveles de otras billeteras digitales, representa una apuesta concreta por parte del sistema financiero formal.

Las marcas de tarjetas, por su parte, están invirtiendo en soluciones innovadoras como XPAYS, tecnología contactless, tokenización, pagos invisibles y alianzas con fintechs. Estas acciones reflejan una visión proactiva orientada a mantenerse relevantes en un entorno de alta disrupción. El desarrollo de soluciones de pago instantáneo como Visa Direct y Mastercard Send apunta a competir directamente con las transferencias A2A, pero ofreciendo los atributos de confianza y respaldo que caracterizan al ecosistema tradicional.

Desde una perspectiva de política pública, el rol del Banco Central ha sido determinante. La iniciativa de Transferencias 3.0 ha establecido las bases de interoperabilidad necesarias para un ecosistema eficiente y competitivo. La regulación proactiva, centrada en la inclusión financiera, la transparencia de costos y la digitalización de la economía, resulta clave para que estos procesos avancen con equilibrio y sustentabilidad.

El análisis prospectivo del mercado de pagos en Argentina sugiere distintos escenarios. En uno optimista, se observa la posibilidad de que los diferentes métodos coexistan, cada uno ocupando un nicho: los pagos A2A en segmentos informales o sensibles al costo; las tarjetas en contextos de consumo planificado y financiamiento; el NFC y los XPAYS en entornos urbanos y tecnológicos. En este escenario, la competencia no destruye valor, sino que lo multiplica a partir de la innovación, la colaboración y el foco en el usuario.

En conclusión, el ecosistema de pagos argentino está en plena transición. El futuro no pertenece exclusivamente a un modelo u otro, sino a aquellos que logren adaptarse con agilidad, invertir en la experiencia del cliente, construir confianza y generar valor sostenido en el tiempo. Las decisiones estratégicas que se tomen en los próximos años —tanto desde el sector privado como desde la

regulación— serán determinantes para consolidar un sistema más inclusivo, competitivo, resiliente y preparado para enfrentar los desafíos de una economía digital en constante evolución.

Y en ese sentido, una de las claves para que las marcas de tarjetas no sean desplazadas por completo en el ecosistema de pagos es generar alianzas sólidas con los bancos emisores y los adquirentes, orientadas a potenciar el uso del pago con NFC. Este tipo de pago ofrece una experiencia de usuario fluida, segura y sin fricciones, que puede rivalizar con la simplicidad de las transferencias, pero manteniendo los atributos distintivos de las tarjetas: promociones, programas de lealtad, acceso al crédito y respaldo en caso de controversias. Apostar por el desarrollo de esta tecnología, educar a los usuarios y garantizar que los comercios cuenten con terminales aptas será esencial para preservar la relevancia del ecosistema de tarjetas tanto para crédito como para débito.

Recomendaciones Prácticas para el Ecosistema

Frente al avance sostenido de las transferencias cuenta a cuenta (PCT/A2A) y el riesgo de desintermediación que enfrentan las marcas de tarjetas, es necesario delinear una serie de acciones estratégicas para preservar su relevancia dentro del ecosistema de pagos.

A continuación, se detallan recomendaciones concretas para los principales actores involucrados:

1. Para las Marcas de Tarjetas (Visa, Mastercard, etc.):

1.1. **Impulsar campañas masivas de promoción y educación** sobre las ventajas de pagar con tarjeta (seguridad, protección al comprador, financiamiento, promociones, etc.), tanto en el canal físico como digital.

1.2. **Desarrollar y ampliar el ecosistema NFC**, en alianza con bancos, adquirentes y comercios, para que la experiencia de pago con tarjeta física o digitalizada sea más rápida y sin fricciones.

1.3. **Aumentar las promociones y beneficios exclusivos** para usuarios que utilicen XPAYS y billeteras digitales con tarjetas, reforzando su valor percibido frente a las transferencias.

1.4. **Apoyar programas de fidelización interoperables**, que integren tarjetas de diferentes emisores y acumulen beneficios por uso sostenido.

1.5. **Invertir en innovación tecnológica**, como pagos invisibles (IoT), tokenización avanzada y pagos contextuales, manteniendo la propuesta de valor vigente frente al avance de las fintechs.

2. Para los Emisores:

2.1. **Disponibilizar todas sus tarjetas en XPAYS** (Google Pay, Apple Pay, Modo, etc.), para facilitar el acceso a experiencias de pago móviles sin fricciones.

2.2. **Ofrecer financiamiento personalizado y flexible**, aprovechando el contexto inflacionario para posicionar el crédito como una herramienta de consumo responsable.

2.3. **Colaborar con las marcas en promociones conjuntas**, combinando puntos, descuentos, cuotas sin interés y cashback, fortaleciendo el ecosistema tradicional.

3. Para los Adquirentes:

3.1. **Invertir en terminales POS contactless y de última generación**, asegurando que el comercio esté preparado para recibir pagos ágiles y modernos.

3.2. **Generar incentivos para comercios formales**, como menores tasas por uso de tarjeta o premios por volumen de operaciones, fomentando la formalización y el uso de tarjetas frente a transferencias informales.

Estas acciones, si se ejecutan en forma coordinada y estratégica, permitirán preservar el valor agregado del ecosistema tradicional de pagos, fortaleciendo su propuesta de valor frente a la creciente digitalización y desintermediación promovida por las transferencias A2A. La clave está en construir puentes entre innovación y confianza, combinando agilidad tecnológica con respaldo institucional.

BIBLIOGRAFÍA


Ámbito. (2024, 22 de abril). *Transporte: 15 líneas de colectivo del AMBA se sumarán al pago con tarjeta.* <https://www.ambito.com/informacion-general/transporte-15-lineas-colectivo-amba-se-sumaran-al-pago-tarjeta-n6151127>

Banco Central de la República Argentina. (n.d.). *Transferencias 3.0.* <https://www.argentina.gob.ar/bcra/transferencias3>

Banco Central de la República Argentina. (s.f.). *Transferencias 3.0: claves del sistema de pagos con QR estandarizados que se pone en marcha a fin de mes.* <https://www.bcra.gob.ar/Noticias/Transferencias-3-0-claves-del-sistema-de-pagos.asp>

Banco Central de la República Argentina. (s.f.). *Transferencias 3.0: más de dos millones de transacciones interoperables realizadas en menos de dos meses.* <https://www.bcra.gob.ar/Noticias/transferencias-3-0-mas-de-dos-millones.asp>

Banco Central de la República Argentina. (s.f.). *Transferencias 3.0: ya hubo más de 50.000 operaciones diarias.* <https://www.bcra.gob.ar/Noticias/transferencias-3-0-mas-de-50-mil-operaciones.asp>

Banco Central de la República Argentina. (s.f.). *Transferencias 3.0 | Preguntas y Respuestas de la nueva norma* . <https://www.bcra.gob.ar/Noticias/transferencias-3-0-preguntas-respuestas.asp>

Banco Central de Reserva del Perú. (2022). *Nuevo modelo de pagos digitales.* <https://www.bcrp.gob.pe/comunicados/2022/nuevo-modelo-pagos-digitales.html>

Banco Central do Brasil. (n.d.). *PIX - Pagamento Instantâneo.* <https://www.bcb.gov.br/en/financialstability/pix>

Banco de México. (n.d.). *CoDi - Cobro Digital.* <https://www.banxico.org.mx/codi/>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (n.d.). *La inclusión financiera en América Latina y el Caribe.* <https://publications.iadb.org/es/la-inclusion-financiera-en-america-latina-y-el-caribe>

BBVA. (2024). *¿Qué es la tokenización de los pagos?* <https://www.bbva.com/es/innovacion/que-es-la-tokenizacion-de-los-pagos/>

CAF - Banco de Desarrollo de América Latina. (2022). *Educación financiera en América Latina: un camino hacia la inclusión.* <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2022/04/educacion-financiera-en-america-latina-un-camino-hacia-la-inclusion/>

CAF. (n.d.). *Inclusión financiera.* <https://www.caf.com/es/temas/i/inclusion-financiera/>

CEPAL & OIT. (2023). *Panorama social de América Latina 2023*.
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/48551-panorama-social-america-latina-2023>

Corporate Finance Institute. (s.f.). *What is Merchant Discount Rate (MDR)?*
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/valuation/merchant-discount-rate-mdr/>

Fintoc. (s.f.). *¿Qué es el modelo de 4 partes?* <https://fintoc.com/blog/que-es-el-modelo-de-4-partes>

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2024, 17 de abril). *Ya se puede pagar con tarjetas de crédito y débito en la primera línea de colectivos con validadores contactless*.
<https://buenosaires.gob.ar/noticias/ya-se-puede-pagar-con-tarjetas-de-credito-y-debito-en-la-primera-linea-de-colectivos-con>

GSMA. (2023). *State of Mobile Internet Connectivity 2023*.
<https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/resources/state-of-mobile-internet-connectivity-2023/>

Ministerio de Economía (Argentina). (2023). *Transferencia electrónica*. Argentina.gob.ar.
<https://www.argentina.gob.ar/economia/inclusion-financiera/transferencia-electronica>

Modo. (s.f.). *¿Qué es MODO?* <https://www.modos.com.ar/que-es-modo#conoce-modo>

Superintendencia Financiera de Colombia (SFC). (n.d.). *Marco regulatorio para fintechs*.
<https://www.superfinanciera.gov.co>