

SEGURIDAD Y TECNOLOGÍA SIN SESGOS

Transparencia, ética y control de datos: Los nuevos desafíos del sector

El sistema financiero avanza hacia modelos más personalizados, tecnológicos, justos y explicables.

CRISTIÁN MÉNDEZ

¿Hasta qué punto puede la tecnología anticiparse a las decisiones financieras de una persona sin vulnerar su privacidad ni su derecho a comprenderlas? Ese es el dilema actual de la industria que avanza a pasos agigantados hacia una banca hiperpersonalizada e hipergsegura basada en la predicción algorítmica del comportamiento de cada cliente o potencial cliente.

"La personalización ha alcanzado niveles impensados", afirma Jaime Vera, académico de Ingeniería Comercial de la Universidad Andrés Bello. "Hoy, las instituciones financieras pueden ofrecer productos antes de que la persona los solicite, gracias al análisis predictivo y a la segmentación dinámica, que considera ingresos, hábitos de gasto y variables psicodemográficas", explica.

Este conocimiento profundo del cliente permite diseñar experiencias fluidas y ágiles. Asistentes virtuales 24/7, sistemas de reconocimiento facial o de voz, y biometría conduc-



Los clientes deben poder entender la o las razones por las que se les ofrece o niega un producto.

tual que detecta fraudes por patrones de tecleo o movimiento, son parte de un ecosistema digital cada vez más robusto. "Todo esto se potencia con las API y el marco legal que entrega la Ley Fintech, permitiendo al usuario tener control sobre sus datos", subraya Vera.

Pero conocer al cliente no basta; también hay que explicarle cómo se toman las decisiones. "La transparencia en los modelos predictivos es

clave", asegura Fernando Araya, CEO y cofundador de Tenpo. "No basta con que una recomendación funcione, debe poder explicarse. En decisiones sensibles, nosotros usamos modelos *interpretable-first* (interpretar primero), para que el cliente entienda por qué se le ofrece o niega un producto", afirma.

El ejecutivo insiste que se apunta a la hiperpersonalización, pero esta no puede desligarse de la ética y la

seguridad: "La tecnología no reemplaza a la banca, pero si redefine lo que entendemos por una gran experiencia. Y esa experiencia debe proteger los datos del usuario, evitar sesgos y dar garantías de uso responsable desde el primer día".

Porque incluso en un sistema completamente tecnológico hay riesgos de discriminación algorítmica. "La IA puede replicar sesgos históricos en decisiones de crédito o seguros —advierte Araya—. Para evitarlo, aplicamos auditorías de sesgo, *fairness testing* (pruebas de imparcialidad) y diseñamos modelos explicables desde el inicio".

El académico de la Universidad Andrés Bello destaca la importancia de la nueva Ley de Protección de Datos Personales, que entrará en vigor en 2026 y que se alinea con el estándar europeo GDPR (Reglamento General de Protección de Datos), que "impone el consentimiento informado, el derecho del usuario a elegir qué datos compartir y con qué fines, y obliga a las fintechs a implementar cifrados robustos, notificar filtraciones", junto con explicar decisiones, detalla.

En este contexto, el CEO de Tenpo enfatiza que "la IA tiene un gran potencial para democratizar el acceso a servicios financieros, pero es fundamental implementarla con responsabilidad, supervisión y poniendo siempre al cliente en el centro".