



La inteligencia artificial permite a las *fintech* entregar más opciones de pago a sus clientes.

## A CADA USUARIO:

# Fintech usan IA para personalizar su oferta de productos financieros

De esta manera, dicha tecnología apoya la democratización del acceso a las finanzas.

### CRISTIÁN MÉNDEZ

Las *fintech* llegaron con la promesa de democratizar el mercado financiero, acercándolo a personas que no tenían acceso a él. Y en el proceso, ha tomado un rol protagónico la inteligencia Artificial y su capacidad de analizar grandes cantidades de datos de los usuarios de manera rápida y precisa, identificando patrones de comportamiento y preferencias, de una manera mucho más detallada que antes.

¿Qué significa esto? Que, en lugar de tratar a todos los usuarios uniformemente, "las *fintech* podemos segmentarlos en grupos más específicos en función de sus intereses y comportamientos individuales, para ofrecerles productos de acuerdo con sus necesidades", explica Felipe Naranjo, Head Individuals de Mercado Pago.

### Fijarse en la persona

Para Ricardo Seguel, director académico del Diplomado en Transformación Digital de la Universidad Adolfo Ibáñez, la penetración de las *fintech* se debe justamente a este hecho, y a que "sus servicios van ganando confianza en la medida que funcionan bien, entregan lo que dicen, no fallan y tienen alta disponibilidad similar a la de las instituciones ya establecidas", comenta.

Un ejemplo de esta convergencia tecnológica es el uso del código QR,

que ha significado mayor comodidad, ahorro de tiempo y más opciones de pago a los usuarios, a lo que también han contribuido las cuentas digitales.

"A medida que la IA se vuelve más sofisticada, la segmentación de su público se ha hecho más precisa y eficiente. Esto tiene implicancias significativas para la personalización de la experiencia del usuario y, por ende, para la satisfacción y lealtad del cliente", asegura Naranjo.

### En alza

Ello ha redundado en un aumento permanente de los usuarios. Por ejemplo, Mercado Pago llega hoy a tres millones de usuarios registrados en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), y su cuenta digital anota cerca de 400 mil transacciones mensuales, con un crecimiento promedio mensual de más del 40% en los usuarios que ingresan dinero en sus cuentas.

Dentro de todo este crecimiento y democratización de los productos financieros, el ejecutivo subraya la importancia de la educación financiera. A medida que la IA desempeña un papel más destacado, es necesario que las empresas establezcan "algunos preceptos como la transparencia y educación, ser capaces de informar a nuestros usuarios sobre cómo se utiliza la IA en la plataforma (políticas de privacidad y seguridad de datos) y cómo se benefician de ella".

MERCADO PAGO