



La combinación de dicha tecnología con la inteligencia artificial augura una experiencia de usuario avanzada y personalizada, para la cual solo se necesitará una aplicación y la cámara del *smartphone*, sin lentes ni accesorios especiales.

#### MARTÍN CALDERÓN

Imagine lo siguiente: toma su tarjeta de crédito y al verla esta le muestra su saldo, cuánto ha gastado y otros datos relevantes. Si bien no existen en el mercado (aún) estos plásticos, con el uso de la realidad aumentada ya sería posible, y de la mano con la inteligencia artificial (IA), el concepto podría llegar aún más lejos.

Las experiencias de pago basadas en realidad aumentada (RA) ya son una realidad desde hace unos años. Según Carlos Torres, socio líder de la Práctica de Payment de EY, "actualmente, existen varios proveedores de soluciones de

RA que buscan facilitar la experiencia de pagos, incluso las dos principales compañías globales de pagos han lanzado aplicaciones para móviles y *tablets* con las cuales los clientes pueden tener acceso a una experiencia de este tipo". La implementación de estas tecnologías no requiere de cascos o aparatos complejos como lentes. Basta con un *smartphone* y una aplicación que usa la cámara del equipo para el propósito buscado.

#### Horizonte cercano

En cuanto a la viabilidad y adopción masiva de esta tecnología, Torres des-

taca que "en Chile aún estamos en un proceso profundo de transformación del ecosistema de pagos, donde el foco ha estado en la bancarización y eliminación del efectivo". Sin embargo, la fuerte penetración de los *smartphones* en el mercado chileno es un indicador positivo para la adopción de soluciones de RA en el futuro cercano. Es probable que los emisores comiencen a trabajar en soluciones que potencien el uso de las tarjetas de crédito, débito y prepago disponibles actualmente en el país.

La realidad aumentada ofrece múltiples ventajas en la experiencia de uso de las tarjetas de crédito. Torres señala que "la principal característica de las tarjetas en el mundo (de la realidad aumentada) es la mejora en la experiencia para los usuarios". Esto incluye el uso contextual de los beneficios asociados a las tarjetas, los cuales normalmente no son completamente conocidos por los clientes. Con esta tecnología, los usuarios podrán visualizar de manera clara y accesible estos beneficios, optimizando su uso.

Por otro lado, la inteligencia artifi-

cial también juega un papel crucial en estas nuevas tarjetas. Cristián Oppiger, académico y coordinador del diplomado de Contratación y Regulación Fintech de la Pontificia Universidad Católica, destaca varias ventajas de la IA en este contexto. Entre ellas, se encuentran el análisis de patrones de gasto y el asesoramiento financiero personalizado, la detección automática de transacciones inusuales y la optimización de recompensas y beneficios según los hábitos de compra. El experto menciona que esta innovadora fusión de tecnologías "promete transformar la manera en que interactuamos con nuestras finanzas, ofreciendo una experiencia altamente personalizada e intuitiva".

Además, la realidad aumentada permite la integración con *smartphones*, convirtiéndolos en un versátil terminal tecnológico. Los usuarios pueden visualizar ofertas en 3D basadas en su ubicación y preferencias personales, así como "interactuar con información financiera mediante gráficos responsivos, haciendo que la experiencia

de pago sea más segura, atractiva y funcional".

#### Mejoras de seguridad

Sin embargo, la seguridad sigue siendo un desafío en el ecosistema de pagos. Torres indica que "en el mundo del *e-commerce* se ha desarrollado un conjunto de soluciones y estándares como el 3DS, permitiendo alcanzar el equilibrio entre un pago sin fricción y la seguridad de la transacción". En los pagos presenciales también se han implementado mejoras como los chips, pagos sin contacto, *wallets* y códigos QR. Para las soluciones basadas en RA, probablemente se incorporarán capas adicionales de seguridad, similar a lo que sucede con las billeteras digitales, donde la tokenización es clave.

Oppiger menciona que esta combinación de IA y RA en las tarjetas de crédito "promete transformar la manera en que interactuamos con nuestras finanzas, ofreciendo una experiencia altamente personalizada, intuitiva y segura".