

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI

ESCUELA DE POSGRADOS:

MAESTRÍA TECNOLÓGICA EN ECOSISTEMAS DIGITALES PARA NEGOCIOS

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN

MAGISTER TECNOLÓGICO EN ECOSISTEMAS DIGITALES PARA

NEGOCIOS

TEMA: PROPUESTA DE UN MODELO INTEGRAL DE COBRANZA DIGITAL

PARA OPTIMIZAR LA TASA DE RECUPERACIÓN, REDUCIR COSTOS Y

MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN LA EMPRESA

DINAMICANETWORK.

AUTOR: GARCIA RODRIGUEZ LUIS FERNANDO

DIRECTOR: MGS. SALDAÑA MOYA JORGE GIOVANNY

FECHA: AGOSTO 2024

QUITO – ECUADOR



Autor: Luis Fernando García Rodríguez

Título a obtener: Magister Tecnológico en Ecosistemas Digitales
para Negocios

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: lgarcia88gr@gmail.com

Dirigido por: Mgs. Jorge Saldaña Moya

Título: Director del Trabajo de Titulación

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: jorge.saldana@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

@2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

Sangolquí – Ecuador

Luis Fernando García Rodríguez

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO TITULACIÓN

Sangolquí, 25 de Agosto del 2024

MSc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Titulación denominado: Propuesta de un modelo integral de cobranza digital para optimizar la tasa de recuperación, reducir costos y mejorar la experiencia del cliente en la empresa DINAMICANETWORK realizado por García Rodríguez Luis Fernando ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la institución, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Mgs. Jorge Saldaña Moya
Director del Trabajo de Titulación
C.I.:1709336596
Correo electrónico: jorge.saldana@ister.edu.ec

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 25 de agosto del 2024

MSc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

Por medio de la presente, yo, García Rodríguez Luis Fernando, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: ser autor del trabajo de titulación denominado “Propuesta de un modelo integral de cobranza digital para optimizar la tasa de recuperación, reducir costos y mejorar la experiencia del cliente en la empresa DINAMICANETWORK”, de la Maestría Tecnológica Ecosistemas Digitales Para Negocios; manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

García Rodríguez Luis Fernando
CI:172027873-6

**FORMULARIO PARA ENTREGA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN EN
BIBLIOTECA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO
RUMIÑAHUI**

MAESTRÍA TECNOLÓGICA:

ECOSISTEMAS DIGITALES PARA NEGOCIOS

AUTOR /ES:

García Rodríguez Luis Fernando

TUTOR:

Mgs. Saldaña Jorge

CONTACTO ESTUDIANTE:

0960667321

CORREO ELECTRÓNICO:

lgarcia88gr@gmail.com

TEMA:

Propuesta de un modelo integral de cobranza digital para optimizar la tasa de recuperación, reducir costos y mejorar la experiencia del cliente en la empresa DINAMICANETWORK

RESUMEN EN ESPAÑOL:

El presente trabajo de investigación propone el desarrollo e implementación de un modelo integral de cobranza digital para la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA, con el objetivo de modernizar y optimizar la gestión de cobros. La propuesta busca no solo mejorar la efectividad en la recaudación, sino también optimizar los recursos operativos mediante el uso

de tecnología avanzada, permitiendo el monitoreo en tiempo real por parte de usuarios internos y externos, incluyendo usuarios cifrados.

La metodología utilizada en esta investigación incluyó un análisis exhaustivo de las operaciones actuales de la empresa, la identificación de las áreas que requieren mejoras tecnológicas, y la evaluación de las mejores prácticas en la industria para la implementación de un sistema de cobranza digital. Además, se llevaron a cabo encuestas y entrevistas con los principales actores involucrados, tanto dentro como fuera de la empresa, para evaluar la percepción actual del servicio y la disposición al cambio hacia un modelo digital.

Los resultados de la investigación muestran que, aunque la percepción general de la calidad del servicio de DINAMICANETWORK CIA LTDA es positiva, existen áreas críticas, particularmente en el departamento de sistemas, que necesitan mejoras tecnológicas significativas para reducir tiempos de respuesta y minimizar errores. A través de la implementación del modelo propuesto, se espera no solo mejorar estos aspectos, sino también aumentar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

En conclusión, la implementación de un modelo de cobranza digital integral en DINAMICANETWORK CIA LTDA no solo es viable, sino también necesaria para mantener la competitividad en un mercado cada vez más digitalizado. Se recomienda a la empresa llevar a cabo campañas de educación y concienciación para facilitar la transición y maximizar los beneficios de esta implementación.

PALABRAS CLAVE:

Cobranza digital, automatización, segmentación de clientes, multicanalidad, optimización de procesos.

ABSTRACT:

This research work proposes the development and implementation of a comprehensive digital collection model for the company DINAMICANETWORK CIA LTDA, with the objective of modernizing and optimizing collection management. The proposal seeks not only to improve collection effectiveness, but also to optimize operational resources through the use of advanced technology, allowing real-time monitoring by internal and external users, including encrypted users.

The methodology used in this research included a comprehensive analysis of the company's current operations, identification of areas that require technological improvements, and evaluation of best practices in the industry for the implementation of a digital collection system. In addition, surveys and interviews were carried out with the main actors involved, both inside and outside the company, to evaluate the current perception of the service and the willingness to change towards a digital model.

The research results show that, although the general perception of DINAMICANETWORK CIA LTDA's service quality is positive, there are critical areas, particularly in the systems department, that need significant technological improvements to reduce response times and minimize errors. Through the implementation of the proposed model, it is expected to not only improve these aspects, but also increase customer satisfaction and operational efficiency.

In conclusion, the implementation of a comprehensive digital collection model at DINAMICANETWORK CIA LTDA is not only viable, but also necessary to maintain competitiveness in an increasingly digitalized market. The company is recommended to carry out education and awareness campaigns to facilitate the transition and maximize the benefits of this implementation.

PALABRAS CLAVE: Digital collection, automation, customer segmentation, multichannel, process optimization.

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 25 de agosto del 2024

MSc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación denominado: Propuesta de un modelo integral de cobranza digital para optimizar la tasa de recuperación, reducir costos y mejorar la experiencia del cliente en la empresa DINAMICANETWORK de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital “DsPace” del estudiante: Luis Fernando García Rodríguez, con documento de identificación No 172024873-6, estudiante de la Maestría Tecnológica Ecosistemas Digitales para Negocios.

El trabajo ha sido revisado las similitudes en el software “TURNITIN” y cuenta con un porcentaje máximo de 15%; motivo por el cual, el Trabajo de titulación es publicable.

Atentamente,

Luis Fernando García Rodríguez

CI:172027873-6

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor incondicional y su apoyo constante a lo largo de mi vida. Y enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia.

Y, a mí esposa e hijos, que gracias por su paciencia, comprensión y por ser mi principal motor en esta trayectoria.

AGRADECIMIENTO

A Dios, fuente de toda sabiduría y fortaleza, por guiar mis pasos a lo largo de este arduo camino. Sin Su infinita gracia y amor, este logro no habría sido posible. Le agradezco por concederme la perseverancia, la claridad mental y el entendimiento necesarios para superar cada desafío.

Al Instituto Universitario Rumiñahui, por brindarme las herramientas académicas y el ambiente propicio para mi formación. Agradezco profundamente a esta institución por ser el lugar donde he podido crecer tanto profesional como personalmente.

Al Dr. Saldaña Moya Jorge Giovanni, tutor de tesis y maestros, por su invaluable guía, paciencia y apoyo incondicional. Su orientación y experiencia fueron fundamentales para el desarrollo y culminación de este trabajo. Gracias por sus consejos, por compartir su conocimiento y por motivarme a alcanzar mis metas.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación propone el desarrollo e implementación de un modelo integral de cobranza digital para la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA, con el objetivo de modernizar y optimizar la gestión de cobros. La propuesta busca no solo mejorar la efectividad en la recaudación, sino también optimizar los recursos operativos mediante el uso de tecnología avanzada, permitiendo el monitoreo en tiempo real por parte de usuarios internos y externos, incluyendo usuarios cifrados.

La metodología utilizada en esta investigación incluyó un análisis exhaustivo de las operaciones actuales de la empresa, la identificación de las áreas que requieren mejoras tecnológicas, y la evaluación de las mejores prácticas en la industria para la implementación de un sistema de cobranza digital. Además, se llevaron a cabo encuestas y entrevistas con los principales actores involucrados, tanto dentro como fuera de la empresa, para evaluar la percepción actual del servicio y la disposición al cambio hacia un modelo digital.

Los resultados de la investigación muestran que, aunque la percepción general de la calidad del servicio de DINAMICANETWORK CIA LTDA es positiva, existen áreas críticas, particularmente en el departamento de sistemas, que necesitan mejoras tecnológicas significativas para reducir tiempos de respuesta y minimizar errores. A través de la implementación del modelo propuesto, se espera no solo mejorar estos aspectos, sino también aumentar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

En conclusión, la implementación de un modelo de cobranza digital integral en DINAMICANETWORK CIA LTDA no solo es viable, sino también necesaria para mantener la competitividad en un mercado cada vez más digitalizado. Se recomienda a la empresa llevar a cabo campañas de educación y concienciación para facilitar la transición y maximizar los beneficios de esta implementación.

Palabras Claves: Cobranza digital, automatización, segmentación de clientes, multicanalidad, optimización de procesos.

ABSTRACT

This research work proposes the development and implementation of a comprehensive digital collection model for the company DINAMICANETWORK CIA LTDA, with the objective of modernizing and optimizing collection management. The proposal seeks not only to improve collection effectiveness, but also to optimize operational resources through the use of advanced technology, allowing real-time monitoring by internal and external users, including encrypted users.

The methodology used in this research included a comprehensive analysis of the company's current operations, identification of areas that require technological improvements, and evaluation of best practices in the industry for the implementation of a digital collection system. In addition, surveys and interviews were carried out with the main actors involved, both inside and outside the company, to evaluate the current perception of the service and the willingness to change towards a digital model.

The research results show that, although the general perception of DINAMICANETWORK CIA LTDA's service quality is positive, there are critical areas, particularly in the systems department, that need significant technological improvements to reduce response times and minimize errors. Through the implementation of the proposed model, it is expected to not only improve these aspects, but also increase customer satisfaction and operational efficiency.

In conclusion, the implementation of a comprehensive digital collection model at DINAMICANETWORK CIA LTDA is not only viable, but also necessary to maintain competitiveness in an increasingly digitalized market. The company is recommended to carry out education and awareness campaigns to facilitate the transition and maximize the benefits of this implementation.

Keywords: Digital collection, automation, customer segmentation, multichannel, process optimization.

INDICE DE CONTENIDO

Contenido

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO TITULACIÓN	3
CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
FORMULARIO PARA ENTREGA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN EN BIBLIOTECA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI.....	5
SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	8
INTRODUCCION.....	16
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN.....	21
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
OBJETIVO GENERAL	21
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	22
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO.....	25
CONTEXTUALIZACIÓN TEMPORAL DEL PROBLEMA.....	25
1.1. Cobranza Digital en el mundo	25
1.1. Tipos de Cobranzas	27
1.2. Evolución de la Cobranza Digital.....	28
1.3. Experiencias de Implementación en Empresas	29
1.4. Estudios Académicos y Revisiones Bibliográficas	30
1.5. Cuerpo teórico conceptual	32

CAPITULO II: Marco metodológico	34
Enfoque metodológico de la investigación.....	34
1.1. Métodos	35
1.2. Propuesta de valor	35
1.3. Diseño muestral	35
1.4. Técnicas de recolección de datos.....	36
1.5. Recopilación de la información.....	37
1.6. Resultados Obtenidos	38
CAPÍTULO III: PROPUESTA	46
Fundamentos De La Propuesta.....	46
Análisis de la situación actual	47
Diagnóstico.....	48
Definición de estrategias	53
Presentación de la Propuesta	56
5.1. PROGRAMAR ENVIOS AUTOMATICOS	57
5.2. CHATBOT	58
Presupuesto la Propuesta	59
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES	60
Referencias	61
ANEXOS.....	62
ANEXO A: PREGUNTAS DE ENCUESTAS	62
ANEXO B: PREGUNTAS DE ENTREVISTA.....	64

ANEXO C DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	65
--	----

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Resultados Pregunta 1	38
Ilustración 2 - Resultados Pregunta 2	39
Ilustración 3 - Resultados Pregunta 3	40
Ilustración 4 - Resultados Pregunta 4	40
Ilustración 5 - Resultados Pregunta 5	41
Ilustración 6 - Resultados Pregunta 6	42
Ilustración 7 - Resultados Pregunta 7	43
Ilustración 8 - Resultados Pregunta 8	43
Ilustración 9 - Resultados Pregunta 9	44
Ilustración 10 - Resultados Pregunta 10	45

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 - FODA	51
Tabla 2 - Estrategia	56
Tabla 3 - PRESUPUESTO ANUAL	59
Tabla 4 - PRESUPUESTO PROYECTO 0	59

INTRODUCCION

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

DINAMICANETWORK es una empresa que inicia sus actividades en Febrero 2015 que cuenta como actividad principal tiene “Servicios de organización de la recaudación de fondos a cambio de una retribución o por contrata, servicios de recuperación.”, en el cual durante este tiempo ha conformado un portafolio de clientes importantes, sin embargo, el cambio tecnológico y las nuevas tendencias.

A pesar de contar con una cartera de clientes en expansión, la empresa ha experimentado una disminución en la tasa de recuperación de pagos, lo que ha impactado negativamente en su flujo de efectivo y ha incrementado los costos operativos. Esta situación problemática se agrava debido a varios factores que afectan la eficiencia de la gestión de cobranza y la experiencia del cliente

DINAMICANETWORK se encuentra en una situación donde sus métodos tradicionales de cobranza ya no tienen el mismo impacto que antes. Esto se refleja en una tasa de morosidad creciente, insatisfacción del cliente, y costos operativos elevados. La falta de integración de tecnologías avanzadas y procesos automatizados ha dejado a la empresa en una posición vulnerable, dificultando su capacidad para mantener un flujo de efectivo saludable y una relación positiva con sus clientes.

En el contexto actual, donde la digitalización y la automatización son pilares fundamentales para la competitividad empresarial, las organizaciones enfrentan el desafío de optimizar sus procesos de cobranza sin comprometer la experiencia del cliente. DINAMICANETWORK, como empresa comprometida con la innovación y la eficiencia, reconoce la necesidad de implementar un modelo integral de cobranza digital que no solo mejore la tasa de recuperación de pagos, sino que también reduzca los costos operativos y eleve la satisfacción del cliente.

La transformación digital en el área de cobranza ofrece oportunidades significativas para gestionar los pagos de manera más efectiva, anticipar comportamientos de los clientes y personalizar las interacciones. A través de la automatización y el uso de tecnologías avanzadas

como la inteligencia artificial y el machine learning, es posible crear un sistema que se adapte a las particularidades de cada cliente, optimizando los recursos y minimizando los riesgos asociados a la morosidad.

La propuesta de un modelo integral de cobranza digital diseñado específicamente para DINAMICANETWORK busca abordar las necesidades actuales de la empresa y sus clientes. El modelo no solo optimice el proceso de cobranza, sino que también modernice sus operaciones para adaptarse al entorno digital actual, asegurando la sostenibilidad y el crecimiento futuro de la empresa.

La situación económica actual se torna cada vez más complicada, y todos nos percatamos de ello gradualmente. Ante este panorama, muchos buscan nuevas oportunidades de negocio o emprendimiento para sobresalir. Sin embargo, esta búsqueda conlleva una creciente competencia.

En este contexto, nos vemos obligados a explorar nuevas tecnologías, herramientas y estrategias para mantener nuestra base de clientes y no perder terreno en el mercado.

Nuestro objetivo inicial es conservar a nuestros clientes habituales. Posteriormente, seguir expandiendo nuestra presencia como un referente de la cobranza digital.

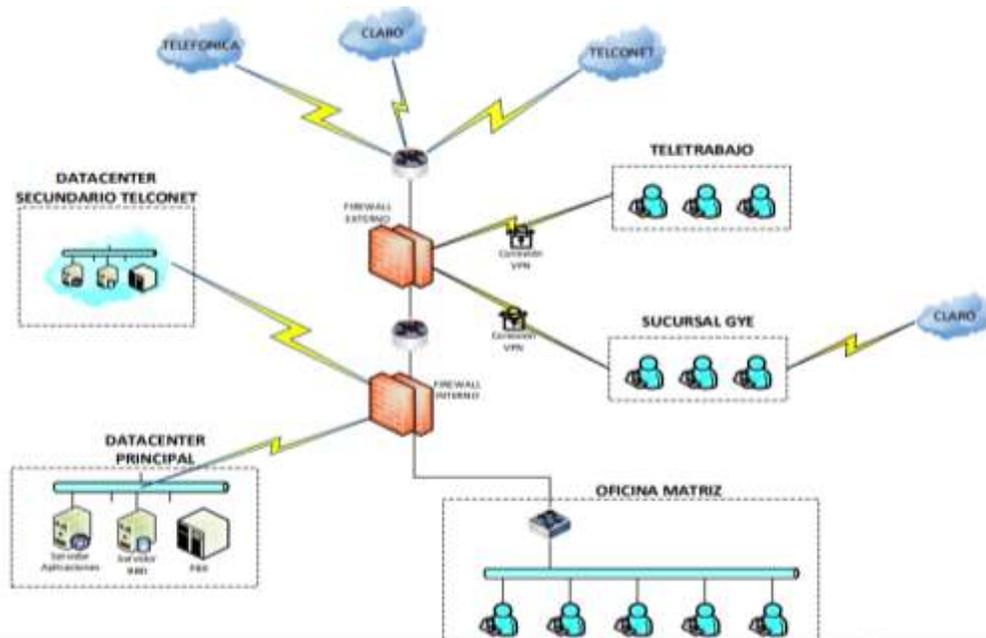
Desde una perspectiva más amplia, nuestro enfoque se centra en identificar las causas subyacentes y abordar las razones por las cuales el objeto de estudio DINAMICANETWORK no logra cumplir con sus metas debido a no enfatizar en la cobranza digital.

ESQUEMA ACTUAL

La infraestructura que cuenta DINAMICANETWORK garantiza que las bases de sus clientes estén protegidas y que el proceso para gestión de cobranza esta establecido hasta que llega al gestor telefónico que incluye Teletrabajo, Sucursal GYE y Oficina Matriz.

En el Grafico 1 muestra nuestro esquema tradicional de trabajo

Grafico 1 - ESQUEMA OPERACIONAL



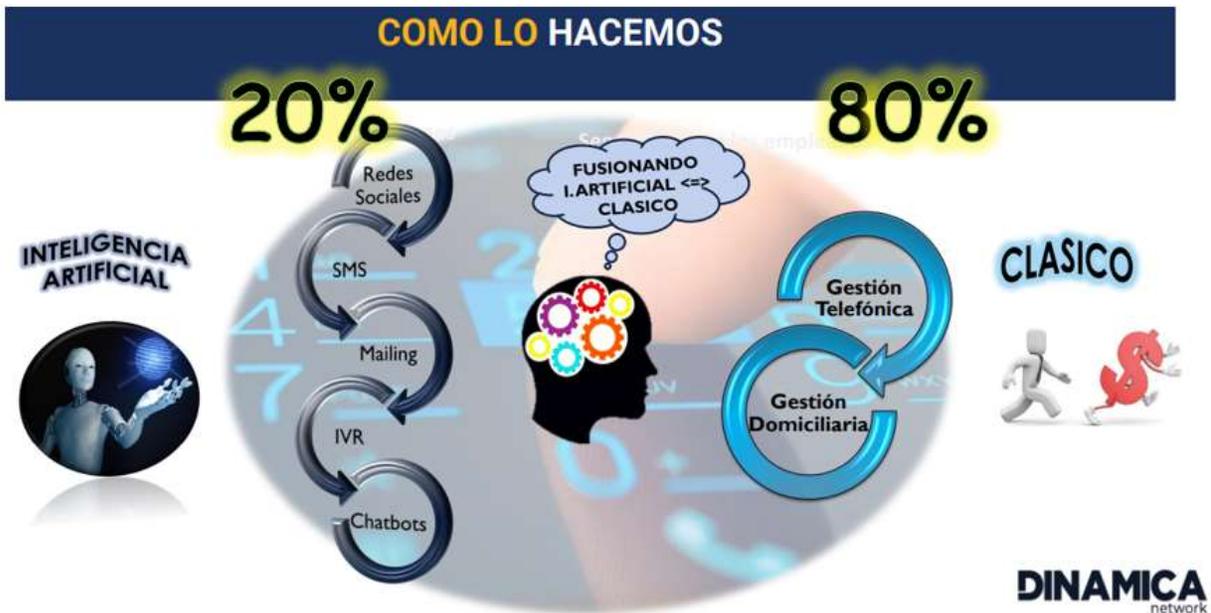
Fuente y elaboración: DINAMICANETWORK

Gráfico 2 - PRODUCTOS OFERTANTES



Fuente y elaboración: DINAMICANETWORK

Gráfico 3 - ENFOQUE GESTION

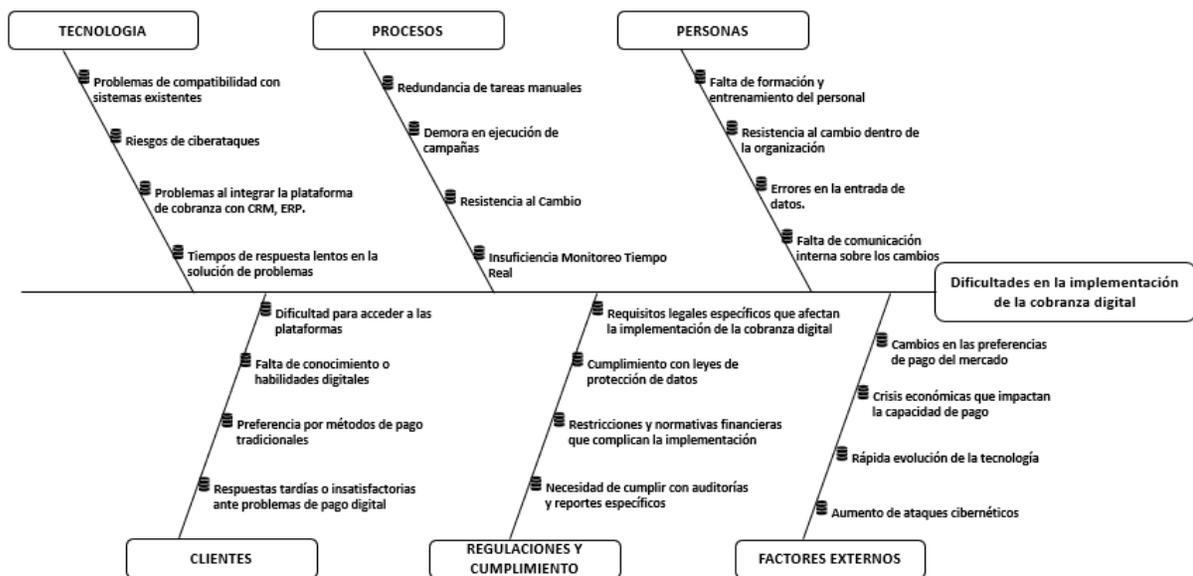


Fuente y elaboración: DINAMICANETWORK

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como se observa en el Grafico 3 el enfoque de la gestión con inteligencia artificial y canales virtuales es del 20% ya que el 80% de la estrategia tiene mucho énfasis en la gestión telefónica y gestión domiciliaria.

Gráfico 4 - Diagrama de Ishikawa sobre Cobranza Digital



Fuente y elaboración: Elaboración propia

INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo afectar el no utilizar un modelo de cobranza digital en la recaudación de la empresa DINAMICNETWORK?

Este interrogante de investigación servirá como base para el desarrollo de estrategias, la selección de tecnologías adecuadas y la evaluación de los resultados de la implementación del modelo de cobranza digital en DINAMICNETWORK, permitiendo una investigación detallada sobre las siguientes dimensiones:

- I. Optimización de la Tasa de Recuperación de Pagos
- II. Reducción de Costos Operativos
- III. Mejora de la Experiencia del Cliente
- IV. Cumplimiento Normativo y Seguridad de Datos

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene como propósito desarrollar un modelo integral de cobranza digital en la empresa DINAMICNETWORK CIA LTDA que aborde los desafíos actuales y mejore la eficiencia, la experiencia del cliente, y el cumplimiento normativo. Para lograr este propósito, se han definido los siguientes objetivos:

OBJETIVO GENERAL

- ✓ Proponer un modelo integral de cobranza digital en la empresa DINAMICNETWORK CIA LTDA para optimizar la tasa de recuperación de pagos, reducir costos operativos, y mejorar la experiencia del cliente, mediante la creación de un sistema de cobranza digital propio “SYSDIM”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar los procesos internos de la empresa DINAMICNETWORK para identificar la trazabilidad y las necesidades, con el fin de definir los procesos que deben ser automatizados.

- ✓ Identificar y analizar los modelos de estrategias más efectivos en el envío de notificaciones y recordatorios automatizados a través de múltiples canales (correo electrónico, SMS, WhatsApp) para incrementar la recaudación.
- ✓ Verificar que el sistema de cobranza digital propio SYSDIM se integre nuestro CRM para asegurar una actualización eficiente y continua de la información, minimizando redundancias y errores.

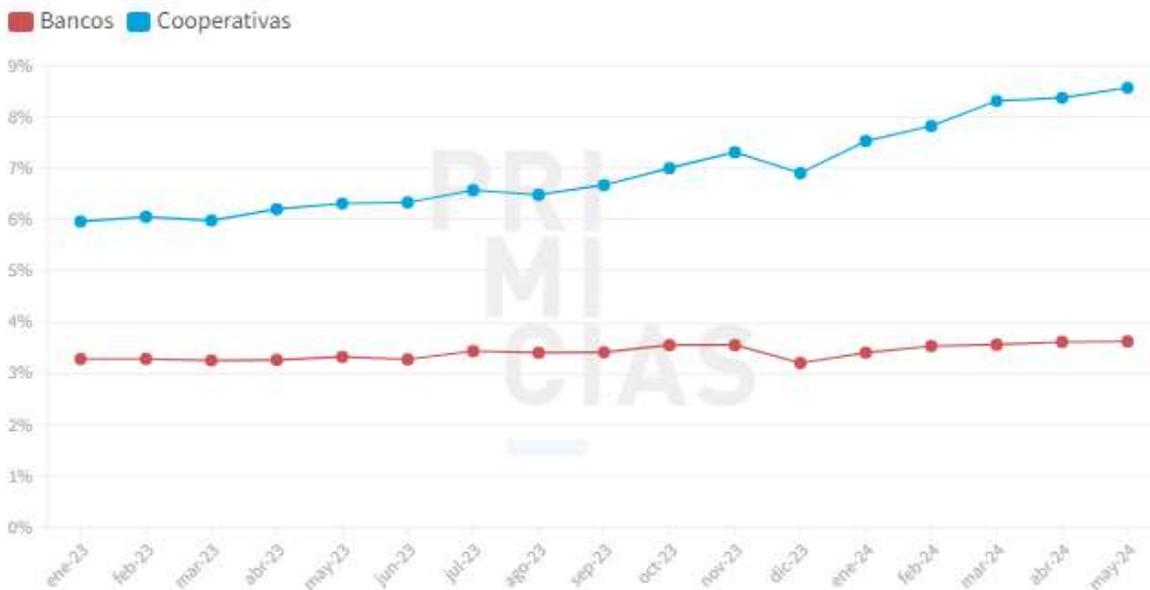
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La creciente tasa de morosidad y el incremento en la cantidad de cuentas en mora han afectado negativamente el flujo de efectivo de DINAMICANETWORK. Un modelo integral de cobranza digital, que utilice tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial y machine learning, permitirá predecir los comportamientos de pago de los clientes con mayor precisión y adaptar las estrategias de cobranza de manera efectiva. Esto puede resultar en una tasa de recuperación de pagos significativamente mayor, ayudando a mantener la estabilidad financiera de la empresa.

La morosidad es el riesgo de crédito al que los gerentes de las instituciones financieras buscan evitar. La repercusión no solo se siente en la liquidez o calidad de la cartera, sino también en la rentabilidad, dado que reduce los rendimientos generados. (Villa, 2024)

Morosidad de las cooperativas y la banca privada

Deslice el cursor sobre el gráfico para visualizar las cifras.



Fuente: Asobanca • Gráfico: Daniela Castillo-Primicias

PRIMICIAS

GRAFICO (PRIMICIAS, 2024)

La cobranza digital te permite mejorar la experiencia del cliente y a las organizaciones les da un conocimiento más profundo de su cartera, y en nuestra experiencia, esto puede derivar en las proyecciones del comportamiento del cliente en los próximos meses impactando positivamente las metas de recaudación. (Anonimo, 2023)

La justificación metodológica del proyecto se basa en la necesidad de utilizar un enfoque robusto y multidimensional que permita abordar la complejidad del problema de cobranza en la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA. Esto permitirá a DINAMICANETWORK implementar un modelo de cobranza digital eficiente, efectivo y centrado en el cliente, logrando así una mejora significativa en sus procesos operativos y en su competitividad en el mercado.

Las razones para realizar esta investigación son diversas y están alineadas con los beneficios esperados en varios órdenes:

- ✓ **Educacional:** Proveer conocimiento avanzado sobre tecnologías emergentes en el campo cobranza.
- ✓ **Económico:** Reducir costos operativos, mejorando la rentabilidad mediante el modelo integral de la cobranza digital.
- ✓ **Social:** Concientizar y Educación financiera a los ciudadanos.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

CONTEXTUALIZACIÓN TEMPORAL DEL PROBLEMA

1.1. Cobranza Digital en el mundo

La necesidad de implementar tecnologías de automatización en los procesos de cobranza se ha hecho indispensable debido a los temas inflacionarios del siglo XXI que afectan el pago de servicios y la liquidez de los clientes. Adaptar instrumentos modernos es vital para garantizar el cumplimiento de pagos, softwares capaces de recaudar, controlar y gestionar los recursos de una organización. (RICOH, 2023)

La digitalización de los procesos de cobranza ha transformado el contacto con el cliente a través de un conjunto de acciones que brindan herramientas por medio de Machine Learning sin perder de vista el factor humano. (RICOH, 2023)

La digitalización de los procesos de cobranza se refiere a todas las actividades de transformación y automatización de los procesos que requiere un pago: acciones de cobro, emisión de la factura, flujo de caja, envío de recordatorios sobre fechas de vencimiento, retrasos en el pago, cartera vencida. (RICOH, 2023)

Los chatbots y asistentes virtuales permiten a las empresas interactuar con los consumidores de manera más rápida y eficiente, lo que reduce los tiempos de respuesta y mejora la calidad del servicio al cliente. Los consumidores pueden recibir información personalizada y detallada sobre sus cuentas, lo que mejora su experiencia en el proceso de cobranza (García, 2020).

Otra ventaja importante de la digitalización del proceso de cobranza según (Montealegre, 2020), es la reducción de los costos operativos para las empresas. La automatización de los procesos de cobranza reduce la necesidad de mano de obra humana y los costos asociados, lo que puede ser especialmente importante para las empresas que operan en un entorno altamente competitivo

Según (Moonflow, 2024) los consumidores (clientes de las marcas) están más acostumbrados a realizar transacciones mediante plataformas digitales. Esto ha hecho que la

cobranza tradicional de paso a la cobranza digital, mediante lo cual las empresas se ayudan de un sistema para cobrar que les facilita gestionar mejor su cartera.

El uso de esta tecnología contribuye a reducir la necesidad de utilizar libros físicos, hojas de Excel, entre otras herramientas poco especializadas para el control de las cuentas. Lo que sin lugar a duda ha resultado beneficioso para mejorar la tasa de morosidad, el recaudo, entre otros indicadores. Igualmente, la digitalización de las cuentas por cobrar ha permitido aprovechar mejor el tiempo de los gestores de cobranza, además de brindar mayor seguridad a los datos de los clientes almacenados en estas plataformas. (Moonflow, 2024)

Un método de cobranza como es el proceso a través del que se tramita el cobro de una cuenta por concepto de venta de un producto o servicio. La cobranza es el proceso mediante el cual se busca recuperar los pagos pendientes de clientes que tienen deudas vencidas. El método de cobranza se refiere al proceso que una empresa utiliza para obtener el pago de las deudas de sus clientes. Este proceso es crucial para la liquidez de la empresa, ya que permite pagar los costos operativos y continuar en funcionamiento (MORILLA, 2024)

Las estrategias de cobranza se definen como el conjunto de acciones, procedimientos y métodos de cobranza que utilizaremos con el objetivo de gestionar el recupero de la cartera vencida. Las estrategias de cobranza, nos permiten organizar el proceso de cobranza en forma automática. Utilizando las estrategias de cobranza seremos capaces de ordenar la gestión de cartera vencida y las tareas que debemos realizar en cada segmento o estado de los clientes morosos, para obtener los pagos correspondientes. (MORILLA, 2024)

La gestión de cobranza es el conjunto de acciones coordinadas y aplicadas adecuada y oportunamente a los clientes para lograr la recuperación de los créditos, de manera que los activos exigibles de la institución se conviertan en activos líquidos de la manera más rápida y eficiente posible, manteniendo en el proceso la buena disposición de los clientes para futuras negociaciones. (INSIGHT, 2008)

En tal sentido, la gestión de cobranza es un proceso bastante interactivo con los clientes, que parte del análisis de la situación del cliente, un oportuno y frecuente contacto con el cliente, ofreciendo en el proceso de negociación alternativas de solución oportunas para cada caso y registrando las acciones ejecutadas para realizar un seguimiento continuo y el control del cumplimiento de los acuerdos negociados. Algunas acciones típicas en la gestión de la cobranza se describen a continuación, junto con un flujo grama con el proceso que sigue la gestión de cobranza. (INSIGHT, 2008)

1.1. Tipos de Cobranzas

El proceso de cobranza siempre busca encontrar un equilibrio entre cobrar con celeridad y mantener las relaciones comerciales con el cliente, generalmente la cobranza está basada en la utilización de las políticas internas que se utilizan de acuerdo al tipo de cliente y al tipo de cobranza que se realiza esta última determinará el canal de contacto con el cliente (llamadas telefónicas mensajes de texto carta entre otros) para informar al cliente de su estado de cuenta y ofrecerle opciones de pago.(Castro & Castro, 2014)

Se destacan 3 tipos de cobranzas que se detallan a continuación:

1.1.1. Cobranza Administrativa: Este tipo de cobranza se la maneja de forma interna en la empresa, el atraso del cliente oscila entre los 1 y 90 días aquí se puede utilizar medios electrónicos, así como llamadas telefónicas para realizar la gestión de cobranzas utilizando metodologías, procesos y buenas prácticas de cobranzas.(Aznar, 2002)

1.1.2. Cobranza Extrajudicial: Cuando la cobranza administrativa no arroja los resultados esperados y por ende no se consigue la cancelación del crédito a pesar de haber utilizado todos los recursos que dispone la empresa se pasa a la segunda etapa de cobranza, en este punto la empresa delega la cobranza a una empresa

especializada la cual se encarga de iniciar acciones legales que demandan más tiempo y dinero en la gestión.(Aznar, 2002)

1.1.3. Cobranza Judicial: La cobranza judicial muchas veces resulta perjudicial para la empresa y su capital de trabajo pues el costo de realizarla es considerablemente elevado; sin embargo es necesario efectuarla cuando los montos adeudado denotan una pérdida considerable en la cartera, aquí los abogados realizan una demanda responsable al cliente y los garantes responsables de la adquisición del bien o el servicio aplicando medidas cautelares como por ejemplo el bloqueo de fondos o prohibición de enajenar todo esto también se puede evitar y detener en cualquier momento y volver a una etapa de cobranza extrajudicial cuando se llega a un acuerdo entre las partes.(Aznar, 2002)

1.2. Evolución de la Cobranza Digital

En los últimos años, la cobranza digital ha evolucionado significativamente con la adopción de nuevas tecnologías que buscan mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente. La transición de modelos tradicionales de cobranza, basados en llamadas telefónicas y visitas en persona, hacia soluciones digitales automatizadas ha sido impulsada por varios factores:

1.2.1. Avances tecnológicos: La proliferación de herramientas de automatización, inteligencia artificial (IA), y machine learning ha permitido a las empresas desarrollar sistemas de cobranza más sofisticados y personalizados.

1.2.1.1. Inteligencia Artificial (IA): La IA permite analizar grandes volúmenes de datos para identificar patrones y predecir comportamientos de los clientes. En cobranza, esto se traduce en la capacidad de predecir qué clientes tienen mayor riesgo de morosidad y qué estrategias serán más efectivas para cada uno.

1.2.1.2. Machine Learning (ML): El ML, como subcampo de la IA, se centra en el aprendizaje automático a partir de datos históricos. En el contexto de la cobranza, el ML puede optimizar las estrategias de recuperación, ajustando continuamente los enfoques en función de los resultados anteriores. Esto permite a las empresas ser más proactivas y personalizadas en sus esfuerzos de cobranza.

1.2.2. Cambio en el comportamiento del consumidor: Los clientes actuales prefieren interactuar con las empresas a través de canales digitales, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de soluciones de cobranza que ofrezcan una experiencia de usuario fluida y accesible.

1.2.3. Impacto de la pandemia de COVID-19: La pandemia aceleró la necesidad de digitalización en muchos sectores, incluida la cobranza, debido a las restricciones físicas y la creciente importancia de las interacciones a distancia.

1.3. Experiencias de Implementación en Empresas

Diversas empresas han adoptado modelos de cobranza digital, logrando diferentes niveles de éxito. Algunos casos notables incluyen:

- ✓ Empresas FinTech en países como Brasil y México han implementado modelos de cobranza digital que integran chatbots, recordatorios automatizados y plataformas de pago en línea. Estos modelos han mostrado una mejora en la tasa de recuperación de pagos y una reducción en los costos operativos. Sin embargo, también han enfrentado desafíos relacionados con la integración de tecnologías y la resistencia al cambio por parte de los clientes acostumbrados a métodos tradicionales.
- ✓ Instituciones financieras tradicionales han comenzado a adoptar tecnologías de cobranza digital para mejorar la eficiencia y satisfacer las expectativas de los clientes. Por ejemplo, algunos bancos han introducido plataformas de auto-servicio para la gestión de deudas y han empleado IA para segmentar a los clientes y personalizar las estrategias de

cobranza. Aunque estas iniciativas han resultado en una mejora en la eficiencia operativa, la adaptación a la nueva tecnología ha sido más lenta en comparación con las empresas FinTech.

- ✓ En el sector de telecomunicaciones, algunas empresas han implementado modelos de cobranza digital para gestionar deudas de clientes, especialmente en planes de servicios pospago. Estas empresas han utilizado herramientas de análisis de datos para predecir la probabilidad de impago y ajustar las estrategias de cobranza en consecuencia. Los resultados han sido positivos en términos de reducción de la morosidad, aunque la complejidad técnica y el costo inicial de implementación han sido barreras significativas.

1.4. Estudios Académicos y Revisiones Bibliográficas

Investigación 1

Estudios realizados por (Nuncira, 2023) en su trabajo de tesis “DIGITALIZACIÓN DEL PROCESO DE COBRANZA” La digitalización del proceso de cobranza se ha convertido en una prioridad estratégica para las instituciones financieras y empresas que gestionan cartera crediticia. Mediante la adopción de herramientas tecnológicas y plataformas digitales, se busca optimizar los procesos para el sistema financiero, implementando la autogestión sin violar los derechos de los consumidores financieros. Esta transformación hacia un enfoque digital en la gestión de morosidad tiene como objetivo fortalecer los métodos de cobranza, superando deficiencias encontradas en los procesos tradicionales de crédito y cobro. La importancia de la digitalización radica en múltiples beneficios. La seguridad y confidencialidad de la información también son prioritarias en el entorno digital, y los avances en tecnología de seguridad y cifrado garantizan un alto nivel de protección de datos.

Este estudio fue importante para mí ya que presenta la digitalización del proceso de cobranza como una estrategia crucial para mejorar la gestión de cobranza y contribuir con la liquidez de la entidad financiera. La adopción exitosa de estas tecnologías ofrece

una serie de ventajas y beneficios clave, tanto para las instituciones financieras como para sus clientes, posicionando a la digitalización como un factor diferencial para el éxito y la sostenibilidad en un entorno competitivo y cambiante. Por tal razón dicha investigación respalda la objetividad de mi propuesta del modelo de cobranza digital en la empresa DINAMICANETWORK.

Investigación 2

Según (DAMEVIN, 2023) en su investigación realizada “FACTORES INTERVINIENTES EN LA IMPLEMENTACIÓN Y ADOPCIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE COBRANZAS DIGITALES” El objetivo de este estudio fue investigar, por un lado, la combinación de eventos y actividades que dieron origen al sistema analizado y sus características, y, por otro lado, los factores y determinantes, tanto organizacionales, como de los adoptantes, intervinientes en los procesos de implementación, aceptación y adopción de un Sistema de Gestión de Cobranzas Digitales denominado Mercurio en la Universidad Nacional del Litoral (UNL), en Argentina.

Por otro lado, los factores más observados de las percepciones de aceptación, adopción y uso fueron los relacionados a las mejoras o el rendimiento que el sistema otorga, y la barrera más destacada fue el factor ansiedad. Ninguna de las barreras percibidas se relaciona a características del sistema como incompatibilidad, complejidad, falta de ventajas o no observabilidad de los beneficios que proporciona la herramienta.

Este estudio fue importante para mí investigación ya que me permitió reconocer los factores más importantes que influyeron en la implementación, aceptación y uso de una TIC dentro de una institución. Asimismo, contribuyó a una mayor institucionalización del tema de la innovación y de la adopción de tecnologías en los espacios públicos. Por tal razón permite reforzar mi propuesta del modelo integral de cobranza digital en DINAMICANETWORK.

1.5. Cuerpo teórico conceptual

El cuerpo teórico conceptual de esta investigación se fundamenta en los principios y teorías que sustentan la propuesta del modelo integral de cobranza digital. Esta sección explora los conceptos fundamentales que facilitan la comprensión de la conexión entre la tecnología, la cobranza digital y su influencia en las operaciones y la competitividad de las empresas, con un enfoque particular en la realidad de la empresa DINAMICANETWORK.

1.5.1.1. Automatización y Cobranza: Varios estudios han demostrado que la automatización en la cobranza mejora significativamente la eficiencia y reduce los costos. La investigación sugiere que la automatización de procesos como el envío de recordatorios y la gestión de pagos recurrentes no solo mejora la tasa de recuperación, sino que también libera recursos que pueden ser redirigidos a otras áreas estratégicas de la empresa.

1.5.1.2. Impacto de la IA en la Cobranza: La inteligencia artificial se ha identificado como un factor clave en la evolución de la cobranza digital. Los estudios destacan cómo la IA puede predecir el comportamiento de pago de los clientes, permitiendo una segmentación más efectiva y una personalización de las estrategias de cobranza. Además, la IA puede facilitar la toma de decisiones en tiempo real, lo que es crucial en entornos de cobranza dinámicos y volátiles.

1.5.1.3. Experiencia del Cliente en la Cobranza Digital: La literatura también subraya la importancia de la experiencia del cliente en el éxito de los modelos de cobranza digital. Se ha encontrado que las estrategias de cobranza que priorizan la experiencia del cliente, ofreciendo opciones de pago flexibles y comunicaciones claras, tienden a ser más efectivas en comparación con aquellas que no lo hacen.

1.5.1.4. Optimización de Recursos: La digitalización y automatización de procesos permiten reducir la dependencia de recursos humanos en la gestión de cobranza. Esto no solo disminuye los costos operativos, sino que también reduce el tiempo de recuperación de pagos, mejorando la eficiencia global del proceso.

1.5.1.5. Escalabilidad y Eficiencia: Un modelo de cobranza digital es fácilmente escalable, permitiendo a la empresa manejar un mayor volumen de cuentas sin un aumento significativo en los costos. Además, la automatización de tareas rutinarias libera al personal para enfocarse en casos más complejos y en la mejora continua del proceso.

1.5.1.6. Normativas y Regulaciones: Los cambios en las normativas y regulaciones también han influido en la adopción de modelos de cobranza digital. Las empresas deben cumplir con las leyes de protección de datos, como la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (LOPDP), que impone estrictas reglas sobre cómo se pueden manejar y proteger los datos de los clientes. Este contexto regulatorio ha llevado a las empresas a invertir en sistemas de seguridad robustos y a considerar la privacidad del cliente como un aspecto central de sus estrategias de cobranza.

CAPITULO II: Marco metodológico

Enfoque metodológico de la investigación

El enfoque metodológico adoptado en esta investigación para la propuesta de cobranza digital en la empresa DINAMICANETWORK es de carácter mixto, integrando tanto técnicas cuantitativas como cualitativas, esta decisión se basa en la necesidad de alcanzar una comprensión completa de sus clientes internos y externos. La integración de ambos enfoques no solo facilita la cuantificación de tendencias y comportamientos de los clientes, sino que también permite investigar y comprender en detalle las motivaciones, percepciones y experiencias que impulsan dichos comportamientos.

La parte cuantitativa de la investigación se centrará en la recolección y análisis de datos numéricos a través de encuestas estructuradas. Este método permitirá obtener una visión estadística clara de la demografía del mercado, las preferencias de nuestros clientes. Por otro lado, el enfoque cualitativo se implementará mediante entrevistas en profundidad y grupos focales con clientes y expertos en el segmento. Estas técnicas cualitativas serán vitales para comprender las razones detrás de las elecciones de los clientes, las expectativas respecto a la cobranza digital. La información cualitativa proporcionará contextos detallados que complementarán los hallazgos cuantitativos.

El estudio se clasifica como descriptivo, ya que su objetivo principal es detallar y caracterizar el panorama actual de la cobranza digital. Mediante la descripción detallada de los elementos y variables del mercado, se busca construir una base sólida de conocimiento que pueda ser utilizada para la planificación y toma de decisiones estratégicas.

1.1. Métodos

1.1.1. Método descriptivo

Este método permitió realizar la descripción detallada del desarrollo del proyecto, desde la identificación del problema hasta la propuesta del modelo integral de cobranza digital, a través del método descriptivo, se documentaron los pasos y procesos involucrados para la cobranza digital, este enfoque facilitó la identificación de las características importantes del problema de investigación, así como la preocupaciones de los usuarios y las soluciones tecnológicas que mejor se adaptan al modelo integral de cobranza digital en la empresa DINAMICANETWORK.

1.2. Propuesta de valor

La propuesta se centra en algunos aspectos:

- ✓ La confianza de DINAMICANETWORK, por su trayectoria y responsabilidad.
- ✓ La mejora continua en sus procesos de cobranza, así como la optimización de recursos en la ejecución de la gestión.

1.3. Diseño muestral

1.3.1. Población

De acuerdo a los internos de la empresa DINAMICANWTWOK contamos con 76 empresas que brindamos nuestros servicios, estas a su vez tienen aproximadamente 17 personas que tienen injerencia directa con nuestro servicio, adicional que deben realizar seguimiento, auditoria y control. Por tal razón nuestro grupo total es de 1.292 que son relevantes para la propuesta del modelo integral de cobranza digital.

1.3.2. Muestra

La población del estudio es de 1.292 personas, se realiza un muestreo estadístico para seleccionar un subconjunto de la población que sea representativo, el tamaño de la muestra se calcula utilizando la siguiente información:

- ✓ **Nivel de Confianza (Z):** Se ha elegido un nivel de confianza del 90%, lo que significa que se espera que el 90% de las veces, los resultados obtenidos sean verdaderos para la población completa. Esto corresponde a un valor Z de 1.65.
- ✓ **Proporción Esperada (p):** Como no se cuenta con una proporción específica de respuestas esperadas, se utiliza un valor de 0.5, lo cual es común cuando no se tiene información previa y maximiza la variabilidad.
- ✓ **Margen de Error (e):** Se ha decidido un margen de error del 10% (0.10), que es el rango en el cual se espera que los resultados muestrales varíen con respecto a los resultados que se generarían al encuestar a la totalidad de la población.

1.3.3. Cálculo de la muestra

La fórmula que se utiliza para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

El tamaño de la muestra resultante es de **65 personas**.

1.4. Técnicas de recolección de datos

Una vez que se obtiene el tamaño de la muestra y debido al número recudido de personas que la conforman, la técnica escogida para el proceso será la entrevista y el instrumento a utilizarse será el cuestionario para la recolección de datos.

1.4.1. Entrevista

En el presente estudio técnico se utilizará la entrevista como método, dirigida al responsable del departamento de sistemas, donde se desarrolla el proceso de optimización y ejecución de las estrategias de cobranza. Esta entrevista, estructurada en cinco preguntas, será realizada al Analista Técnico Sistemas de DINAMICANETWOK y abordará tanto el proceso de procesamiento de bases como la calidad del servicio a los clientes de la empresa. El instrumento aplicado se encuentra en el ANEXO #1, el cual detalla cada una de las preguntas que se consideraron para la recolección de información.

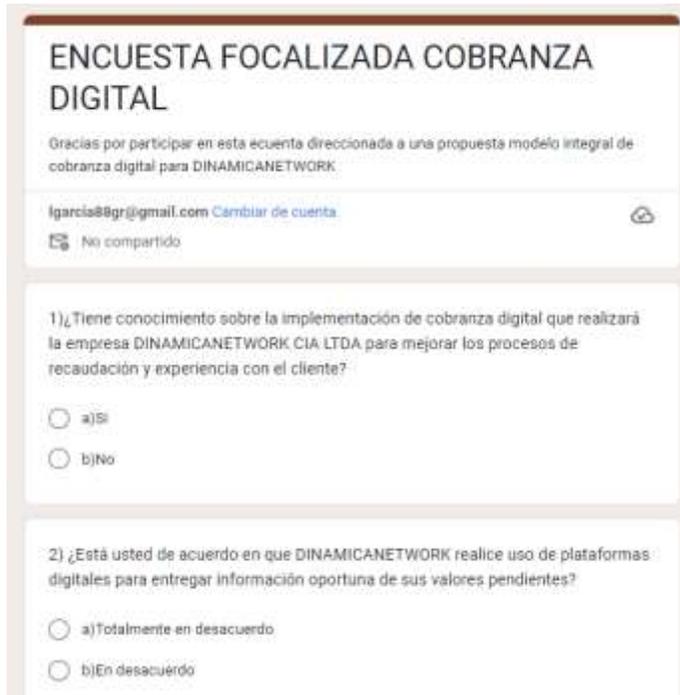
1.4.2. Cuestionario de recolección de datos para encuesta

La encuesta, compuesta por 10 preguntas de selección múltiple, se aplicará a los clientes de la empresa. Su objetivo es establecer cuáles son los criterios tanto de los clientes internos como externos con respecto a la propuesta de modelo integral de cobranza digital. Las preguntas del instrumento se encuentran en “ANEXO A”.

1.5. Recopilación de la información

Los datos obtenidos se tabularon a partir de observaciones realizadas durante un período de dos semanas. Estos datos se analizaron de manera sistemática y se interpretaron estadísticamente para obtener conclusiones válidas. Se utilizó la herramienta de Formularios de Google para generar gráficos detallados que mostraran el porcentaje de cada ítem en relación con las respuestas. Además, se incluyó un análisis e interpretación de los resultados al final de cada gráfico para una mejor comprensión de la problemática investigada. La muestra involucrada en el estudio consistió en 65 personas, quienes proporcionaron los datos recolectados.

Gráfico 5 - ENCUESTA GOOGLE FORM



ENCUESTA FOCALIZADA COBRANZA DIGITAL

Gracias por participar en esta encuesta direccionada a una propuesta modelo integral de cobranza digital para DINAMICANETWORK.

lgarcia88gr@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

1) ¿Tiene conocimiento sobre la implementación de cobranza digital que realizará la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA para mejorar los procesos de recaudación y experiencia con el cliente?

a) Si

b) No

2) ¿Está usted de acuerdo en que DINAMICANETWORK realice uso de plataformas digitales para entregar información oportuna de sus valores pendientes?

a) Totalmente en desacuerdo

b) En desacuerdo

Fuente y elaboración: Elaboración propia

1.6. Resultados Obtenidos

¿Tiene conocimiento sobre la implementación de cobranza digital que realizará la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA para mejorar los procesos de recaudación y experiencia con el cliente?

Ilustración 1 - Resultados Pregunta 1



Fuente y elaboración: Elaboración propia

El 58,46% de la muestra estudiada tiene conocimiento sobre la implementación de cobranza digital que realizará la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA para mejorar los procesos de recaudación y experiencia con el cliente.

Se evidencia que se requiere sociabilizar aún más el tema ya es un modelo novedoso en el ámbito de la cobranza, que esta tomando realce en el círculo de clientes de la empresa.

¿Está usted de acuerdo en que DINAMICANETWORK realice uso de plataformas digitales para entregar información oportuna de sus valores pendientes?

Ilustración 2 - Resultados Pregunta 2

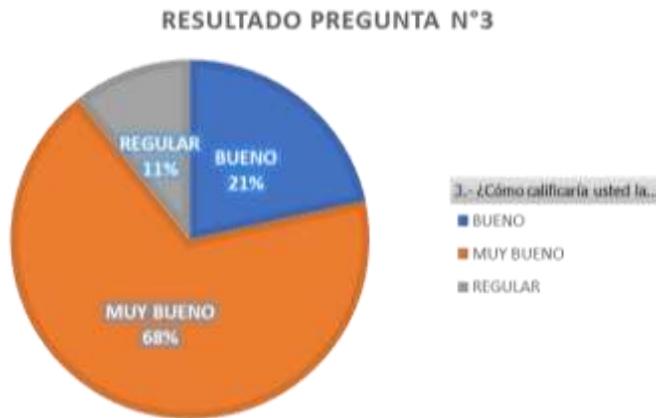


Fuente y elaboración: Elaboración propia

El 69% de la muestra apoya totalmente que se realice uso de plataformas digitales para entregar información oportuna de sus valores pendientes, contra un 6% que presenta indecisión, muchas veces esto se produce por la falta de conocimiento ante las ventajas que trae la cobranza digital

¿Cómo calificaría usted la calidad de servicio brindado actualmente por la empresa DINAMICANETWORK en la gestión de cobranza?

Ilustración 3 - Resultados Pregunta 3



Fuente y elaboración: Elaboración propia

La mayoría de la muestra analizada que corresponde al 89% mencionan que el servicio brindado es BUENO por la empresa DINAMICANETWORK en la gestión de cobranza. Esta respuesta de los clientes es positiva ya que aporta a la propuesta de modelo de gestión integral de cobranza digital.

¿Qué haría falta para que el proceso de cobranza digital en DINAMICANETWORK sea más eficiente?

Ilustración 4 - Resultados Pregunta 4

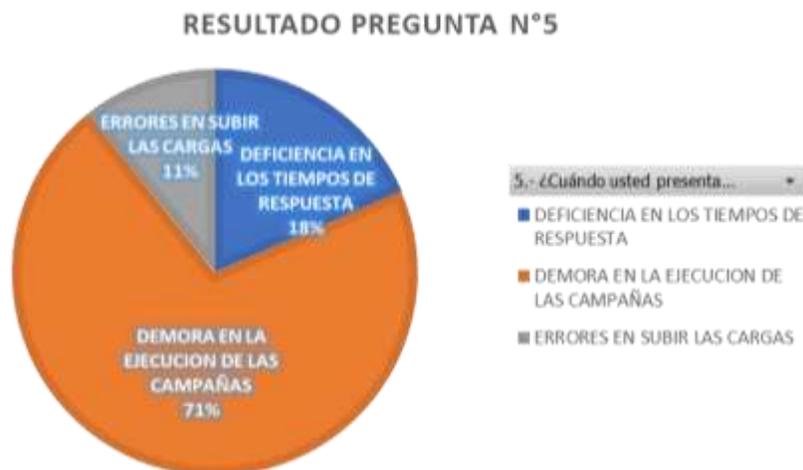


Fuente y elaboración: Elaboración propia

En la evaluación del proceso de cobranza digital sea mas eficiente, se identificó que el 68% de la muestra considera que mejorando los RECURSOS TECNOLOGICOS la cobranza digital daría un paso importante en la empresa. Además, el 17% cree que se debe mejorar los METODOS DE TRABAJO para impactar de algún modo en mejorar la estrategia y optimizar tiempos en la cobranza digital. Y el 15% de nuestros clientes aprecian que podemos ser mas eficientes teniendo mayor VARIEDAD DE PROVEEDORES para la ejecución en la cobranza digital.

¿Cuándo usted presenta reclamos sobre la calidad de servicio brindado, generalmente a que factor lo atribuye?

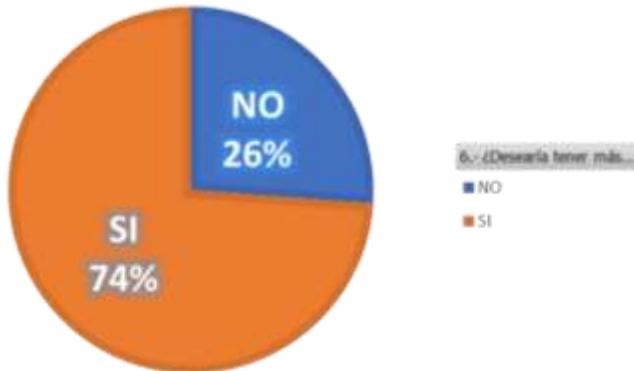
Ilustración 5 - Resultados Pregunta 5



El factor más considerable que genera incomodidad en el cliente, relacionándolo a la calidad de servicio es la demora en la ejecución de las campañas con un 71%, como segundo la deficiencia en los tiempos de respuesta con un 18%. Estos problemas vienen estrechamente relacionados con limitante en aplicaciones tecnológicas para optimizar tiempo y mejorar la experiencia de nuestros clientes.

6.- ¿Desearía tener más información sobre los canales que se usaron para la cobranza digital?

Ilustración 6 - Resultados Pregunta 6



Fuente y elaboración: Elaboración propia

Del total de la muestra el 74% desearían tener mayor claridad de información sobre los canales que utilizaron en la cobranza digital para sus bases, la cultura de servicio en el país es que se brinda aspectos generales de la gestión, sin embargo, es un aspecto que debe mejorarse para garantizar el servicio y la mejor experiencia de nuestros clientes.

¿Con que frecuencia recibe usted sus notificaciones con errores de información sobre sus valores pendientes?

Ilustración 7 - Resultados Pregunta 7



Fuente y elaboración: Elaboración propia

El 86% de la población estudiada indica que no ha recibido notificaciones con errores de información sobre sus valores pendientes y solo el 14% a presentado novedades en sus notificaciones, este es un punto por el cual el modelo integral de cobranza digital es esencial ya que minimiza al máximo el error humano.

¿Es importante para usted que la empresa le notifique cuando haya notificado a sus bases mediante cobranza digital?

Ilustración 8 - Resultados Pregunta 8



Fuente y elaboración: Elaboración propia

Para el 94% de la muestra es importante ser notificados cuando se haya usado cobranza digital en sus bases.

¿Según su opinión, es necesario que las necesidades y observaciones de los clientes de DINAMICANETWORK, deben ser retroalimentados para mejorar la calidad de servicio?

Ilustración 9 - Resultados Pregunta 9



Fuente y elaboración: Elaboración propia

En la pregunta 9, se abordó la importancia de la retro alimentación de las observaciones realizadas por los clientes de la empresa DINAMICANETWORK en los cuales los clientes manifestaron en un 83% consideran que es necesario tomen en cuenta las retroalimentaciones de sus clientes para mejorar el servicio.

¿A su criterio, las implementaciones que realizara DINAMICANETWORK para mejorar la calidad del servicio cubre sus expectativas?

Ilustración 10 - Resultados Pregunta 10



Fuente y elaboración: Elaboración propia

El 78% considera que las mejoras que la empresa DINAMICANETWORK implementará SI mejorara el servicio, pero un 22% cree que no abra mayor impacto.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

Fundamentos de la Propuesta

La propuesta de un modelo integral de cobranza digital para la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA, marca un avance significativo en la modernización y eficiencia de la gestión de cobranza. Esta propuesta no solo mejora la efectividad en la recaudación, sino que también ofrece ventajas adicionales como la optimización de recursos en la parte operativa, misma que puede tener la posibilidad de monitoreo en tiempo real por parte de los usuarios internos y externos (usuario cifrado).

La mayoría de los clientes de DINAMICANETWORK CIA LTDA conocen que el futuro y éxito de la cobranza está en pasar a la cobranza digital. Sin embargo, siempre habrá una parte de la población que necesite más información para entender completamente las ventajas y sentirse cómodos con los cambios. Es fundamental que la empresa realice campañas de educación y concientización para explicar cómo los beneficios a largo plazo superan los posibles costos iniciales.

La percepción general de la calidad del servicio actual de la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA es positiva, lo que fortalece la propuesta de valor de la empresa. No obstante, hay áreas de mejora, el departamento de sistemas que gran parte de su tardanza en respuesta o errores se debe a no contar con la tecnología necesaria para mejorar sus tiempos de respuesta, que deben ser abordadas para elevar la calidad del servicio al siguiente nivel. Por ello, en el presente capítulo, se evalúa de forma global características del foco de estudio para plantear una estrategia óptima que de soporte a la propuesta de implementación y al estudio realizado en este trabajo.

Análisis de la situación actual

La propuesta de un modelo integral de cobranza digital para la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA representa un paso significativo hacia la modernización y eficiencia en la gestión de recuperación de cartera. Esta propuesta no solo mejora la recaudación, sino que también ofrece ventajas adicionales como la optimización de recursos en la parte operativa, misma que puede tener la posibilidad de monitoreo en tiempo real por parte de los usuarios internos y externos (usuario cifrado).

En general, existe un buen nivel de conocimiento sobre la cobranza digital entre los clientes de DINAMICANETWORK. Este conocimiento facilita la aceptación y el apoyo a la propuesta de un modelo integral de cobranza digital, ya que los usuarios informados tienden a ver los beneficios más claramente y están más dispuestos a adoptar nuevas prácticas y tecnologías. Sin embargo, siempre habrá un segmento de la población que necesite más información para entender completamente las ventajas y sentirse cómodos con los cambios.

El apoyo a la propuesta de un modelo integral de cobranza digital es mayor al 50%, lo cual es un indicativo positivo para DINAMICANETWORK. No obstante, existe una pequeña proporción de indecisos que podría estar preocupados muchas veces por la falta de conocimiento ante las ventajas que trae la cobranza digital. Para abordar estas preocupaciones, es fundamental que la empresa realice campañas de educación y concientización, explicando claramente cómo los beneficios a largo plazo, como la reducción de errores en las campañas y la mejora en la calidad del servicio, superan los posibles costos iniciales.

La percepción de la calidad del servicio actual de la empresa DINAMICANETWORK CIA LTDA en general es positiva. La mayoría de los clientes consideran que el servicio es bueno, lo cual es un punto a favor de la empresa y fortalece su propuesta de valor. Sin embargo, siempre hay áreas de mejora, y los comentarios de los clientes son esenciales para identificar estos puntos. Aspectos como la demora en la ejecución de las campañas y como segundo la

deficiencia en los tiempos de respuesta, son temas recurrentes que deben ser abordados para elevar la calidad del servicio al siguiente nivel.

Para mejorar la propuesta de un modelo integral de cobranza digital, es crucial revisar y optimizar los métodos de trabajo, prestar atención a los recursos tecnológicos y métodos de trabajo. Además, la capacitación continua del personal y la implementación de un sistema de monitoreo efectivo son pasos importantes para garantizar que el proceso se realice de manera eficiente y con alta calidad.

Un factor clave para mejorar la satisfacción del cliente es garantizar una comunicación clara y oportuna, especialmente en relación con notificaciones sobre los canales que estamos utilizando en sus bases al momento de realizar cobranza digital. La mayoría de los clientes valoran esta transparencia y consideran esencial ser informados adecuadamente para evitar inconvenientes.

Diagnóstico

Como sección previa a la ejecución del plan se evaluó la estrategia fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas FODA, la cual contribuye a obtener una visión general del plan así, se presenta una descripción de cada uno de los ítems.

Fortalezas:

Una de las principales fortalezas de este proyecto es el nivel de conocimiento y aceptación de la Cobranza Digital entre los clientes de DINAMICANETWORK CIA LTDA, ya que, en función de las encuestas recopiladas, con un 58.46% de los encuestados informados sobre la propuesta de un modelo integral de cobranza digital. Este nivel de conocimiento no solo facilita la adopción y el apoyo del proyecto, sino que también implica menos resistencia al cambio por parte de los clientes internos y externos. Además, gran parte de los usuarios, un 69%, apoya completamente la propuesta de un modelo

integral de cobranza digital, lo que indica una receptividad positiva hacia las innovaciones tecnológicas propuestas por la empresa. La percepción positiva del servicio actual también es una fortaleza significativa. El hecho de que el 83% de los clientes considere bueno el servicio brindado por DINAMICANETWORK CIA LTDA refuerza la confianza en la empresa y fortalece su propuesta de valor. Finalmente, la transparencia y la comunicación efectiva con los clientes son aspectos muy valorados. Especialmente en relación con la notificación de las campañas de cobranza digital que son usadas en sus bases, un 94% de los usuarios considera esencial ser informados adecuadamente, lo que resalta la importancia de mantener una comunicación abierta y constante.

Oportunidades

Existen varias oportunidades para mejorar la propuesta del proyecto. Una de las más importantes es la educación y concienciación de la población a través de campañas informativas. Estas campañas pueden incrementar el conocimiento del 41.54% de los usuarios que no están informados sobre la propuesta de un modelo integral de cobranza digital, logrando así un apoyo más generalizado y una mayor aceptación del proyecto. Además, se pueden revisar y optimizar los métodos de trabajo, los materiales utilizados y la eficiencia en el uso de recursos para mejorar los procesos de instalación. La implementación de mejoras en estos aspectos no solo reducirá los costos, sino que también aumentará la eficacia y calidad del servicio. La capacitación continua del personal es otra oportunidad clave, ya que garantiza que los empleados estén siempre al día con las mejores prácticas y las últimas tecnologías, asegurando un servicio de alta calidad. Finalmente, la implementación de un sistema de monitoreo efectivo puede asegurar que la instalación y operación de los medidores se realice de manera eficiente, permitiendo una gestión más precisa y proactiva de la red eléctrica.

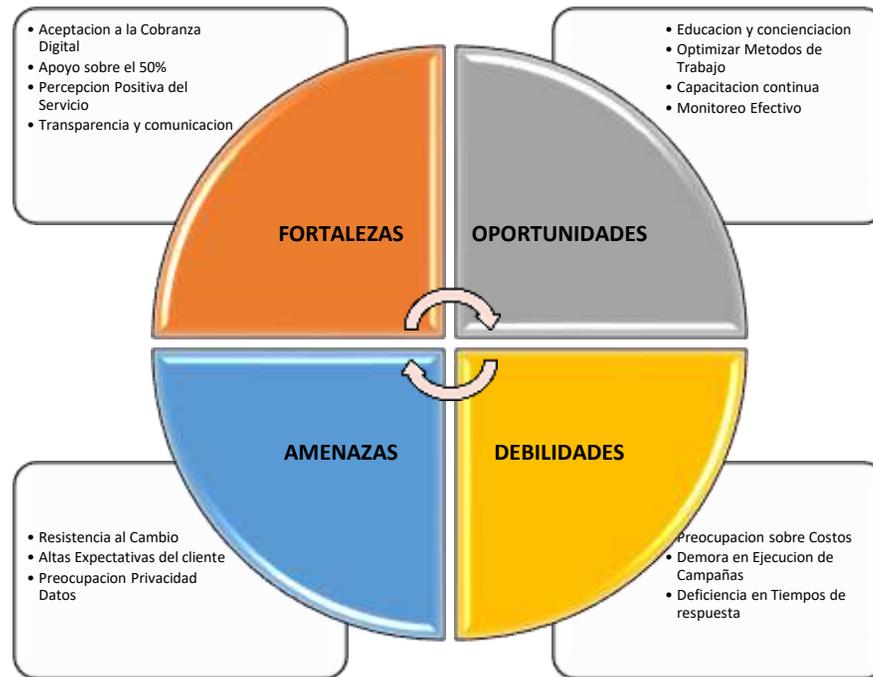
Debilidades

Entre las debilidades del proyecto, se encuentran las preocupaciones sobre los costos adicionales asociados con la nueva tecnología. Estas preocupaciones generan indecisión en un segmento de la población, que podría ser más receptivo con una mejor comprensión de los beneficios a largo plazo de la propuesta de un modelo integral de cobranza digital. Además, los clientes han señalado la demora en la ejecución de las campañas y como segundo la deficiencia en los tiempos de respuesta, son áreas que necesitan mejora. Estas demoras pueden causar insatisfacción entre los usuarios y disminuir la percepción positiva del servicio. Aunque la mayoría de los clientes no ha tenido problemas con errores en las notificaciones de las campañas lo que también representa una debilidad significativa. Estos errores pueden generar desconfianza en la precisión y fiabilidad de la propuesta.

Amenazas:

Una amenaza importante es la resistencia al cambio. A pesar del apoyo mayoritario, existe una pequeña proporción de indecisos que pueden ser difíciles de convencer. Esta resistencia puede estar motivada por preocupaciones sobre los costos, la privacidad o simplemente por una aversión al cambio. Las altas expectativas del cliente, basadas en la valoración positiva del servicio actual, pueden generar desafíos para cumplir con las expectativas una vez implementada la nueva tecnología. Si la propuesta no cumple con estas expectativas, la percepción de la calidad del servicio podría deteriorarse. Además, la propuesta de un modelo integral de cobranza digital puede generar preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos entre los usuarios. Estas preocupaciones, si no se abordan adecuadamente, podrían convertirse en una barrera significativa para la adopción de la nueva tecnología. Es fundamental que DINAMICANETWORK CIA LTDA aborde estas preocupaciones de manera proactiva, proporcionando información clara y tranquilizadora sobre cómo se manejarán y protegerán los datos de los usuarios.

Tabla 1 - FODA



Fuente y elaboración: Elaboración propia

Por otro lado, también para complementar el perfil de diagnóstico FODA, se realizó un análisis PEST, en este análisis, se evaluaron parámetros, políticos, económicos, sociales y tecnológicos que puedan afectar directamente al negocio, como se muestra en la ilustración 14.

Factores Políticos:

El entorno político en Ecuador presenta desafíos significativos debido a la incertidumbre política y la inseguridad provocada por el crimen organizado. La inestabilidad política puede generar un clima de incertidumbre que afecta tanto a los negocios como a los consumidores.

El nuevo gobierno, que asumió por un periodo de 18 meses, enfrenta restricciones de liquidez y un gran déficit de financiación. Estas limitaciones financieras pueden afectar la economía en general y, por ende, el poder adquisitivo de los consumidores, impactando negativamente en la recuperación de cartera.

Por otro lado, el gobierno ha tomado medidas para fomentar la industria turística y la inversión extranjera, lo cual podría ofrecer oportunidades para actuar con mayor eficiencia y que rubros que el deudor este planificado gastar en viaje sea considerado para cubrir sus valores pendientes.

Factores Económicos:

La economía ecuatoriana ha experimentado una desaceleración debido a varios factores, incluyendo disrupciones en la producción de petróleo, eventos climáticos adversos y la incertidumbre política. Estas condiciones han contribuido a una disminución en el poder adquisitivo de los clientes, lo cual puede tener un impacto directo en el incumplimiento de sus obligaciones. La reducción del ingreso disponible limita la capacidad de los clientes, lo que implica redireccionar sus ingresos a prioridades latentes.

La empresa debe considerar estrategias para llegar primeros a notificar al deudor.

Factores Sociales:

Los factores sociales desempeñan un papel crucial en el éxito y la sostenibilidad de la cobranza. Esta igualdad de género en la base de clientes sugiere que las estrategias de marketing deben ser inclusivas y atractivas para ambos géneros, asegurando que las campañas publicitarias y las promociones resuenen con toda la clientela.

La mayoría de los clientes se encuentran en el rango de edad de 25 a 55 años, que ya cuentan con un historial crediticio y son personas activamente productivas para el estado. Este dato demográfico indica que las estrategias de cobranza digital deben estar dirigidas principalmente a estos grupos de edad. Utilizar plataformas como whatsapp para interactuar mediante un chatbot que contaba con información detallada de su obligación con la finalidad que se incentive a un pago inmediato.

Factores Tecnológicos:

La presencia digital en la cobranza es crucial para mantenerse competitiva y relevante en el mercado actual. Utilizar plataformas como WhatsApp, Instagram para interactuar posterior al envío de canales virtuales masivos puede mejorar significativamente la visibilidad y atraer a que más clientes sean informados y se incentive el pago.

La implementación de sistemas de gestión de calidad es otro aspecto tecnológico vital para asegurar la calidad del servicio.

La adopción de tecnologías avanzadas para mejorar la gestión de cobranza puede optimizar las operaciones y reducir costos. Implementar software de gestión en cobranza permite una monitorización precisa de los pagos que están ingresando posterior a una gestión digital.

Definición de estrategias

4.1.1. Realizar un Análisis de Impacto Previo

Antes de la implementación completa, realizar un análisis de impacto que identifique potenciales riesgos, obstáculos y beneficios específicos en el contexto de DINAMICANETWORK. Este análisis permitirá ajustar el modelo a las realidades operativas y estratégicas de la empresa.

4.1.2. Desarrollar una Estrategia de Comunicación Interna

Es crucial que todo el personal involucrado en la gestión de cobranza esté informado y capacitado sobre los cambios y nuevas herramientas introducidas. Una estrategia de comunicación interna efectiva facilitará la adaptación al nuevo sistema y reducirá la resistencia al cambio.

4.1.3. Iniciar con una Fase Piloto

Implementar el modelo en una fase piloto limitada a un segmento específico de clientes. Esto permitirá evaluar su efectividad y realizar ajustes antes de un despliegue a mayor escala. La fase piloto debe incluir un monitoreo cercano de los resultados y una recolección activa de feedback.

4.1.4. Fomentar la Cultura de Mejora Continua

Establecer un ciclo de retroalimentación continuo, donde se evalúen regularmente los resultados del modelo y se realicen ajustes basados en datos y feedback. Esto permitirá que el sistema se mantenga actualizado y siga siendo efectivo en el tiempo.

4.1.5. Invertir en Capacitación Continua

Asegurar que el equipo de trabajo esté constantemente capacitado en el uso de las nuevas tecnologías implementadas, así como en las mejores prácticas de cobranza digital. La inversión en formación mejorará la eficiencia operativa y reducirá errores.

4.1.6. Mantener la Flexibilidad en las Estrategias de Cobranza

Aunque la automatización es clave, es importante mantener un nivel de flexibilidad que permita ajustar las estrategias de cobranza en función de las circunstancias particulares de cada cliente. Las excepciones deben ser gestionadas de manera eficiente para mantener una alta tasa de recuperación sin sacrificar la satisfacción del cliente.

4.1.7. Monitorear el Cumplimiento Normativo de Forma Proactiva

Dado que las normativas de protección de datos y derechos del consumidor pueden evolucionar, es recomendable establecer un sistema de monitoreo que garantice el cumplimiento continuo. Además, se debe realizar una revisión periódica de los

procesos para asegurar que la empresa siempre esté alineada con las regulaciones vigentes.

4.1.8. Explorar Nuevas Tecnologías y Tendencias

Mantenerse al día con las últimas tendencias en tecnología financiera y cobro digital, como blockchain, nuevas soluciones de pago, y avances en inteligencia artificial. Explorar estas tecnologías puede ofrecer ventajas competitivas adicionales y mejorar aún más los procesos de cobranza.

4.1.9. Facilitar el Feedback de los Clientes

Implementar canales donde los clientes puedan proporcionar feedback sobre su experiencia con el nuevo sistema de cobranza. Esta información es valiosa para ajustar y mejorar continuamente el modelo y garantizar que se alineen las expectativas de los clientes con los objetivos de la empresa.

4.1.10. Planificar Actualizaciones Regulares del Sistema

Los sistemas tecnológicos necesitan actualizaciones regulares para mantener su seguridad y funcionalidad. Planificar estas actualizaciones y comunicar los posibles impactos a los clientes con antelación ayudará a minimizar las interrupciones en el servicio.

Tabla 2 - Estrategia



Fuente y elaboración: Elaboración propia

Presentación de la Propuesta

El análisis realizado permitió identificar las necesidades para posteriormente considerar en la propuesta de modelo integral de cobranza digital de la empresa DINAMICANETWORK ya que no enfatiza en esta herramienta para mejorar sus indicadores.

Al identificar esta problemática, se propuso implementar un sistema propio de cobranza digital adaptable a su sistema actual, ya que es una solución factible que optimiza tiempo y control de los procesos de cobranza, generando una mejora en la rentabilidad general del negocio.

La solución propuesta es la implementación de un sistema informático propio adaptable a nuestro sistema actual, que brinde los siguientes procesos:

BASES ENVIADAS: Son bases de datos importantes de que nos envían nuestros clientes para ser gestionadas y recaudar valores vencidos y los colocan por algún canal seguro como lo es los SFTP.

PROCESAMIENTO DATA: En esta parte es un proceso automático que sube la base enviada en nuestro CRM, mientras esto ocurre se generan en simultaneo sub procesos que son:

- **ENVIO SMS:** Notificación de deuda al celular del titular
- **ENVIO WHATSAPP:** Notificación de deuda al celular del titular
- **ENVIO MAILING:** Notificación de deuda al mail del titular
- **ENVIO IVR:** Notificación de deuda al convencional del titular
- **ENVIO REDES SOCIALES:** Recordatorio deuda a red social identificada del titular

Este proceso lo genera solamente cuando llega bases nuevas, es decir una sola vez. En este punto es donde ingresa el modelo de gestión de cobranza digital ya que realizaría las siguientes 2 actividades:

5.1. PROGRAMAR ENVIOS AUTOMATICOS

En este punto utilizaremos inteligencia artificial para determinar algoritmo como:

- **Frecuencia de Pago:** Validar en históricos el comportamiento de pago del deudor.
- **Canal Efectivo:** Identificar posterior a la llegada de que canal virtual llego para que el cliente haya pagado. En este punto también identificamos que canal es el mas utilizado por el cliente.
- **Intención de Pago otras entidades:** Validar mediante todas nuestras bases como el cliente se comporta en sus pagos.
- **Recordatorio:** Según el cliente auto programar envíos de canales virtuales.

5.2. CHATBOT

Todos los canales virtuales enviado y que interactúen tengan un boy de acuerdo a la cartera con las preguntas necesarias para solventar.

Con lo antes mencionado debería en contexto solamente pasar el 20% de la base asignada que se entiende que por el tramo alto en mora no va lograr recuperar mediante la cobranza digital.

Grafico 6 - PROPUESTA APLICAR



Fuente y elaboración: Elaboración propia

Presupuesto la Propuesta

Al ser DINAMICANETWORK una empresa ya formada que cuenta con aspectos tecnológicos, presentaría el siguiente presupuesto.

Tabla 3 - PRESUPUESTO ANUAL

CONCEPTO	CANTIDA / MES	COSTO MENSUAL USD	COSTO ANUAL (USD)	OBSERVACION
Salario de Personal de Data Center	12	460,00	5.520,00	IMPLENTAR
Base de Datos de Clientes	1	1.700,00	1.700,00	IMPLENTAR
Desarrollo de API Robot para respuestas	1	500,00	500,00	IMPLENTAR
			7.720,00	

Sin embargo para una empresa que no cuenta con la parte tecnologica, el siguiente escenario es correcto.

Tabla 4 - PRESUPUESTO PROYECTO 0

CONCEPTO	CANTIDA / MES	COSTO MENSUAL USD	COSTO ANUAL (USD)	OBSERVACION
Salario de Personal de Data Center	12	460,00	5.520,00	IMPLENTAR
Dominio	12	3,00	36,00	TENEMOS
Servidor Dedicado	12	30,00	360,00	TENEMOS
Certificado SSL	12	3,00	36,00	TENEMOS
Base de Datos de Clientes	1	1.700,00	1.700,00	IMPLENTAR
Desarrollo de API Robot para respuestas	1	500,00	500,00	IMPLENTAR
Servicio de Internet	12	35,00	420,00	TENEMOS
Diseño de Logo	1	100,00	100,00	TENEMOS
			8.672,00	

Gráfico 7 - CRONOGRAMA PROPUESTA

ACTIVIDAD	DIAS	INICIO	FIN	CUMPLIMIENTO	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
					SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Desarrollo de la propuesta	10	1/5/2024	10/5/2024	100%	■	■	■	■												
Descripción de la propuesta	5	11/5/2024	15/5/2024	100%			■	■												
Fase de construcción	5	16/5/2024	20/5/2024	100%				■												
Fase de implementación	5	21/5/2024	25/5/2024	100%				■												
Fase de Modelación	32	26/5/2024	26/6/2024	100%				■	■	■	■	■								
Metodologías	14	27/6/2024	10/7/2024	100%									■	■	■	■				
Objetivos	31	11/7/2024	10/8/2024	100%													■	■	■	■
Título de la propuesta	16	11/8/2024	26/8/2024	100%													■	■	■	■

CONCLUSIONES

- La propuesta de modelo integral de cobranza digital mejoran los procesos lo cual optimiza tiempos y genera un mejor impacto el la ejecucion de la estrategia.
- La utilizacion del modelo de cobranza digital nos muestra que la programacion de envios automaticos en la estrategia por diferentes canales tomara puntos de vista y criterios en la gestion de cobranza que apalancara el recaudo.
- Acoplado el chatbot a las respuestas solicitadas por nuestros clientes a travez de las campañas virtuales establecidas, mejora nuestra data en informacion de los clientes, misma que por nuestra inteligencia artificial sera detectada para futuro enfoques de campañas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las empresas interesadas en adoptar el modelo integral de cobranza digital inicien con pruebas piloto en un segmento específico de su cartera de clientes. Esto permitirá evaluar la efectividad del modelo en un entorno controlado antes de su implementación total.

- Se recomienda a las empresas estudiar nuevas estrategias de cobranza que sean altamente personalizadas, utilizando datos y análisis predictivos para adaptar las interacciones según las necesidades y comportamientos específicos de cada cliente.

Referencias

- Anonimo. (08 de 08 de 2023). *COLEKTIA*. Obtenido de <https://colektia.com/blog/cobranza-digital-es-mas-que-usar-un-bot>
- DAMEVIN, A. A. (2023). *FACTORES INTERVINIENTES EN LA IMPLEMENTACIÓN Y ADOPCIÓN DE UN*. BRASIL-ARGENTINA: Universidad Nacional del Litoral.
- García, S. C. (2020). *García, S., Castro, J., y Ríos, Z.* Obtenido de Impacto de las normas internacionales de: <https://doi.org/https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/1609>
- INSIGHT. (11 de 2008). *ACCION*. Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25484w/Mejores_Practicas_en_Estrategias_de_Cobr.pdf
- Montealegre, M. y. (2020). *Montealegre, M., y Leyton, L.* Obtenido de Responsabilidad civil del contador público en: <https://doi.org/https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/8324a>
- Moonflow. (09 de 06 de 2024). *Blog de cobranzas - Perú*. Obtenido de <https://www.moonflow.ai/es-pe/blog/que-es-la-cobranza-digital/>
- MORILLA, G. (06 de 03 de 2024). *DEBITIA*. Obtenido de https://debitia.com.ar/es_ec/estrategias-de-cobranza/
- Nuncira, E. A. (2023). *DIGITALIZACIÓN DEL PROCESO DE COBRANZA*. Bogota: Universidad Santo Tomas.
- PRIMICIAS. (05 de 2024). *PRIMICIAS*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/morosidad-endeudamiento->

- 3) ¿Cómo calificaría usted la calidad de servicio brindado actualmente por la empresa DINAMICANETWORK en la gestión de cobranza?
- a) Deficiente
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Muy bueno
- 4) ¿Qué haría falta para que el proceso de cobranza digital en DINAMICANETWORK sea más eficiente?
- a) Variedad de Proveedores
 - b) Recursos Tecnológicos
 - c) Métodos de trabajo
 - d) Ambiente laboral
- 5) ¿Cuándo usted presenta reclamos sobre la calidad de servicio brindado, generalmente a que factor lo atribuye?
- a) Demora en la atención
 - b) Errores en subir las cargas
 - c) Demora en la ejecución de las campañas
 - d) Deficiencia en los tiempos de respuesta
- 6) ¿Desearía tener más información sobre los canales que se usaron para la cobranza digital?
- a) Si
 - b) No
- 7) ¿Con que frecuencia recibe usted sus notificaciones con errores de información sobre sus valores pendientes?
- a) Nunca

- b) Raramente
 - c) Ocasionalmente
 - d) Frecuentemente
 - e) Muy frecuentemente
- 8) ¿Es importante para usted que la empresa le notifique cuando haya notificado a sus bases mediante cobranza digital?
- a) Sin importancia
 - b) De poca importancia
 - c) Moderadamente importante
 - d) Importante
 - e) Muy importante
- 9) ¿Según su opinión, es necesario que las necesidades y observaciones de los clientes de DINAMICANETWORK, deben ser retroalimentados para mejorar la calidad de servicio?
- a) Si
 - b) No
- 10) ¿A su criterio, las implementaciones que realizara DINAMICANETWORK para mejorar la calidad del servicio cubre sus expectativas?
- a) Si
 - b) No

ANEXO B: PREGUNTAS DE ENTREVISTA

Pregunta 1: ¿Según su experiencia, el proceso de ejecución de campañas mejoraría si nos enfocamos más a la cobranza digital en nuestra empresa DINAMICANETWORK?

Pregunta 2: ¿Cuáles son los beneficios que se obtiene al implementar el modelo integral de cobranza digital?

Pregunta 3: ¿Existen novedades al momento de ejecutar campañas por los canales virtuales, explique?

Pregunta 4: ¿Cuántas clientes marca un gestor telefónico por hora? ¿Cómo afectaría esta implementación de cobranza digital en el barrido de la cartera de nuestros diferentes clientes?

Pregunta 5: ¿Cuántas personas se utiliza para realizar el barrido de una campaña? y ¿Qué tiempo se demora en barrer la campaña vía telefónica?

Pregunta 6: ¿Según su opinión que se debería mejorar para optimizar el proceso de cobranza digital se afiance en la empresa DINAMICANETWORK?

ANEXO C DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Cobranza digital: Proceso de gestión y recuperación de deudas mediante herramientas y plataformas digitales, como aplicaciones móviles, portales web y sistemas automatizados.

Pasarela de pago: Servicio que autoriza pagos realizados a través de tarjetas de crédito, débito u otros medios electrónicos en las transacciones digitales.

Inteligencia artificial (IA): Tecnología utilizada en la cobranza digital para automatizar procesos, analizar datos y predecir comportamientos de pago de los deudores.

Fintech: Empresas que combinan tecnología con servicios financieros para ofrecer soluciones innovadoras en áreas como la cobranza digital.

Omnicanalidad: Estrategia de cobranza que integra múltiples canales de comunicación (correo electrónico, SMS, llamadas, redes sociales) para interactuar de manera consistente con el deudor.

CRM (Customer Relationship Management): Software que ayuda a las empresas a gestionar y analizar las interacciones con los clientes, incluyendo la gestión de deudas.

Tokenización: Proceso de sustitución de información sensible (como números de tarjetas de crédito) por un identificador único, lo que mejora la seguridad en las transacciones digitales.

Big Data: Análisis de grandes volúmenes de datos generados por las interacciones digitales para mejorar la toma de decisiones en la gestión de cobros.

Automatización de procesos: Uso de tecnología para realizar tareas repetitivas y manuales en la cobranza, como el envío de recordatorios de pago o la actualización de saldos.

Scoring crediticio: Evaluación automática del riesgo crediticio de un deudor basado en su historial de pagos y comportamiento financiero, utilizada para decidir las acciones de cobranza.

Billetera digital: Herramienta que permite almacenar dinero de manera electrónica para realizar pagos en línea, facilitando el proceso de cobranza.

Recuperación de deudas: Conjunto de acciones dirigidas a recuperar dinero adeudado a través de métodos digitales y tradicionales.

Pagos recurrentes: Configuración que permite que un pago se realice automáticamente en intervalos regulares, comúnmente utilizado en suscripciones y planes de pago.

API (Interfaz de Programación de Aplicaciones): Conjunto de reglas y protocolos que permiten la integración de diferentes sistemas y servicios digitales en la cobranza.

Compliance: Cumplimiento de normativas y regulaciones legales en el proceso de cobranza, especialmente en el manejo de datos personales y financieros de los deudores.