

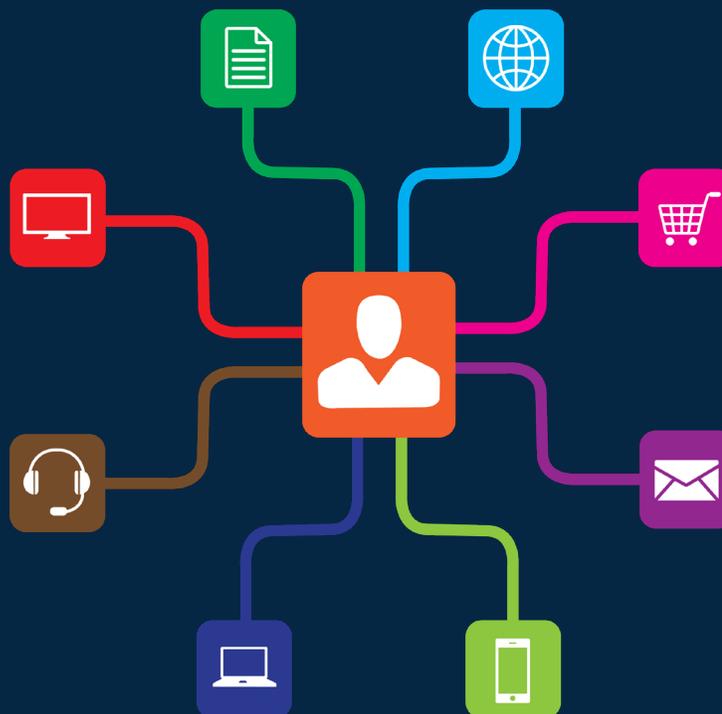


Repensando las Estrategias de Cobranzas: Un cambio de paradigma para acercarse al cliente moderno

Por Sebastian Menutti

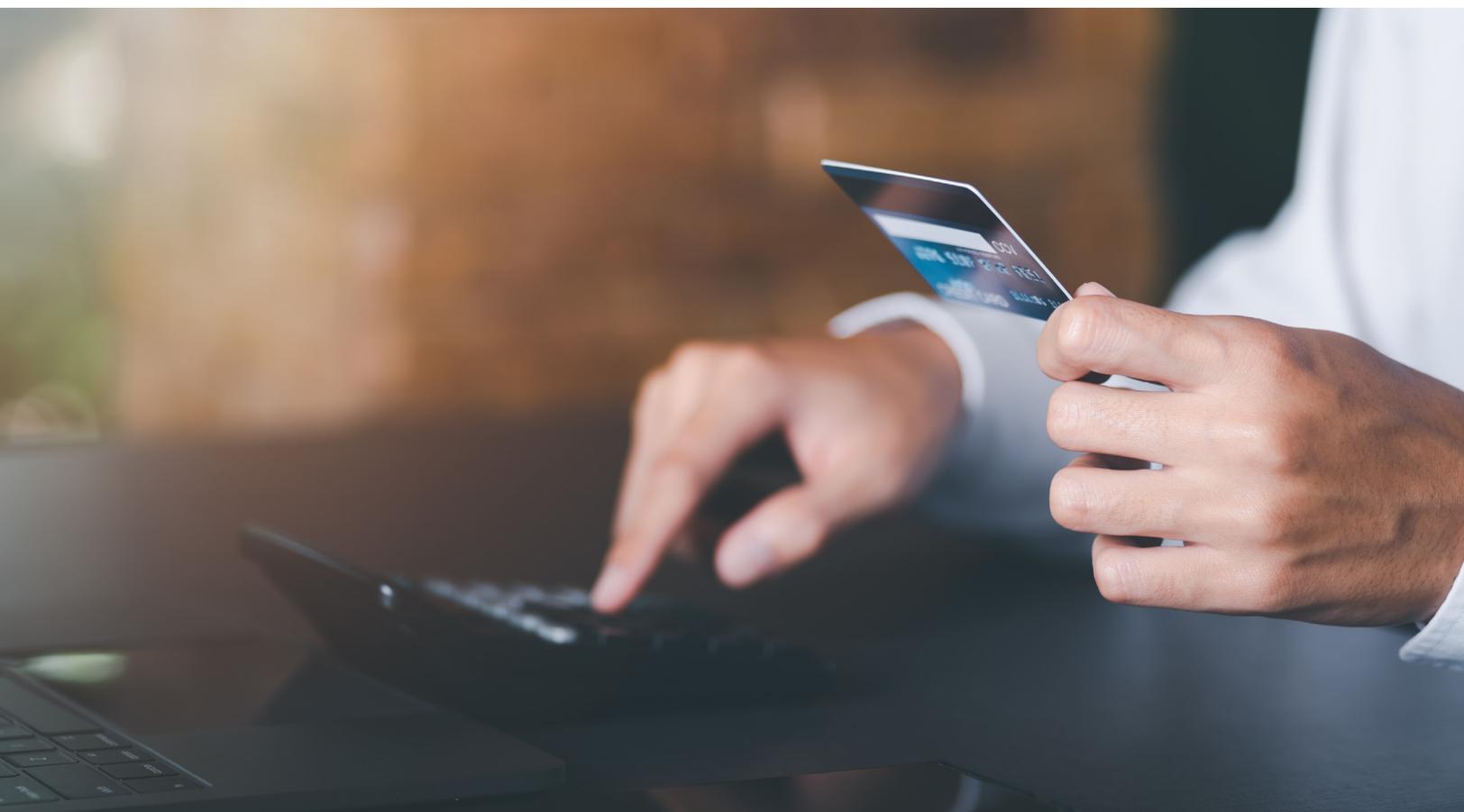


El panorama macroeconómico actual impide que millones de consumidores paguen sus deudas a tiempo, lo que aumenta las tasas de morosidad e incrementa significativamente la actividad de cobro de deudas. Las organizaciones pueden optar por administrar sus cobranzas internamente o externalizarlas con un tercero experto, reasignando estos recursos a su objetivo de negocio principal. En cualquier caso, las empresas deben considerar toda la jornada del cliente, empleando la última tecnología para optimizar cada interacción y mantener la lealtad del consumidor.



Panorama económico mundial: la tormenta perfecta para las cobranzas

Los cobradores enfrentan un panorama cambiante y desafiante que involucra la disminución de los ahorros, el aumento de las tasas de interés y la inflación. El mercado global de préstamos, impactado en parte por las secuelas de la pandemia de COVID-19, generó la asombrosa cantidad de \$ 18,8 mil millones en ingresos en 2022, exhibiendo un crecimiento anual promedio del 2.6% entre 2017 y 2022. ⁱ Solo a modo de ejemplo, la deuda de los hogares de los Estados Unidos en marzo de 2023 alcanzó los \$ 17 billones, marcando un nuevo récord. ⁱⁱ Los resúmenes de tarjetas de crédito, los préstamos estudiantiles y las facturas médicas son las tres principales fuentes de deuda, y aproximadamente el 28% de los ciudadanos estadounidenses y el 78% de las familias brasileñas tienen al menos una compromiso a pagar. ^{iii iv} Patrones similares son observados en todo el mundo.



A medida que aumentan las tasas de morosidad y las regulaciones locales se vuelven más estrictas, las complejidades de la recaudación efectiva se intensifican. Cada país requiere un enfoque diferente para mantenerse en regla, lo que afecta cuándo, dónde y cómo contactar a los deudores. Además, a las empresas les preocupa que la cobranza no sea una experiencia placentera para el consumidor y, en consecuencia, pueda poner en peligro toda la experiencia del cliente (CX). La clave reside en balancear los esfuerzos de cobranzas con una CX positiva y personalizada que mantenga a los clientes fieles con la marca.

A pesar de su eficacia en los cobros, las agencias tradicionales de cobranzas a menudo no satisfacen estas las crecientes expectativas de los clientes, descuidando el *customer journey*. Sin embargo, los proveedores de servicios especializados en CX parecen estar a la altura de la tarea, ya que tienen la experiencia necesaria en la gestión de todo el ciclo de vida del cliente, y en el reclutamiento y la formación del talento adecuado. De hecho, muchos proveedores están aprovechando el momento. Frost & Sullivan proyecta que las cobranzas liderarán el crecimiento de mercado de servicios externalizados de CX, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR, por sus siglas en inglés) del 6% al 7%, de 2021 a 2028, variando según la región.



Redefiniendo las cobranzas para el consumidor contemporáneo

El enfoque tradicional de *one-size-fits-all* para las cobranzas ya no es suficiente. Atrás quedaron los días en que una organización notificaría al cliente que debe pagar una cantidad determinada en una fecha específica. Los clientes modernos esperan interacciones personalizadas: desean ser contactados en los momentos oportunos, a través de su canal preferido, con flexibilidad de pago que refleje sus capacidades financieras, incluidas diferentes opciones de pago. Esta acción puede llevar a un aumento de más del 10% en los cobros, según McKinsey & Company. De hecho, los clientes contactados digitalmente realizan un 12% más de pagos que aquellos con los que se comunicaron a través de canales tradicionales. ^v

Las empresas necesitan aprovechar diversas tecnologías para conocer profundamente a todos los clientes y adaptar eficazmente sus tácticas para cada individuo. Los analíticos potenciados con inteligencia artificial (IA) son fundamentales para la hiperpersonalización de las cobranzas, ya que permiten a las empresas comprender mejor el comportamiento del cliente, su posición financiera, ubicación geográfica y preferencias de contacto, y ajustar el enfoque en consecuencia. Este camino *digital-first* conduce a un aumento de 5 veces en el *engagement* del cliente, a una reducción de costos del 15% y a un aumento del 25% en la tasa de resolución en cobranzas con más de 30 días de retraso ^{vi}.





Además, la IA generativa y las herramientas conversacionales basadas en el procesamiento de lenguaje natural (NLP) están allanando el camino para el autoservicio masivo, particularmente en cobranzas en etapa temprana. Esta es una herramienta poderosa para reducir costos y mejorar la eficiencia, y las empresas deben poner todos los canales de autoservicio a disposición de los clientes para retrasar la intervención humana tanto como sea posible. Sin embargo, siempre debe estar disponible un agente humano para proporcionar la empatía y la comprensión caso por caso que a menudo se necesita.

Conclusión

Ante la evolución de un clima económico mundial marcado por la disminución de los ahorros, el aumento de las tasas de interés y la alta inflación, las organizaciones deben reforzar sus estrategias de cobranzas. Con el aumento de las tasas de morosidad previstas para los próximos meses, la necesidad se vuelve más apremiante aún. La decisión fundamental radica en si ampliar las capacidades internas o asociarse con terceros expertos. Independientemente de la opción que elijan, una cosa es segura: las cobranzas tradicionales ya no son suficientes. Para prosperar en este entorno, las organizaciones deben dominar esta actividad cada vez más signada por el uso intensivo de tecnología y asegurarse de cumplir con las regulaciones, a la vez que proveer la empatía necesaria y brindar una experiencia óptima al cliente. <https://www.capitalrecovery.net/blog/important-debt-collection-statistics-to-know-in-2022>



i. <https://www.newyorkfed.org/microeconomics/hhdc>

ii. <https://www.capitalrecovery.net/blog/important-debt-collection-statistics-to-know-in-2022>

iii. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-02/percentual-de-familias-endividadas-se-mantem-em-78>

iv. <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/holistic-customer-assistance-through-digital-first-collections>

v. <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/holistic-customer-assistance-through-digital-first-collections>

vi. <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/holistic-customer-assistance-through-digital-first-collections>

**Para saber más sobre cómo Atento puede
guiarlo en su viaje, haz clic aquí →**