

# COBRANZA DIGITAL LAS OPORTUNIDADES PARA BAJAR LA MOROSIDAD

El uso de estas herramientas tiene una serie de ventajas, como reducir los costos de cobranza y llegar a la base total de morosos de forma automatizada, pero también permite aumentar el porcentaje de recuperación de cartera, de acuerdo a la experiencia de algunas compañías.

POR RITA NÚÑEZ B.

Según estimaciones del Banco Central, entre un 20% y un 30% de los recursos movilizadas por las ayudas del Estado y los retiros de las AFP, respectivamente, fueron destinados al pago de deudas. Así lo menciona Alejandro Weber, decano de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad San Sebastián (USS), quien destaca que “los retiros movilizaron cerca de US\$ 50 mil millones y las ayudas del Estado en torno a los US\$ 25 mil millones”. Y añade que al evaluar la morosidad de forma particular, según información con la que cuenta la USS, la deuda llegó a cerca de US\$ 12 mil millones en el peak de la pandemia, mientras que hoy está en torno a los US\$ 9,500 millones.

“Si asumimos que el origen de todos estos recursos provino de los retiros de los fondos de pensiones, no representan más del 4% del total de los recursos movilizadas. Por lo tanto, aun cuando parte de ellos han sido utilizados para el pago de deudas, la gran mayoría ha sido destinado a consumo”, plantea Weber.

De hecho, según el XXXV Informe de Deuda Morosa, elaborado por la USS y Equifax, el último trimestre de 2021 anotó un incremento de 0,1% en la cantidad de personas morosas respecto a julio-septiembre,

la primera alza en esta cifra desde septiembre de 2020.

Frente a este escenario, una investigación de McKinsey asegura que una estrategia de cobranza digital ha hecho que algunas instituciones registren reducciones del 20% al 25% en la tasa de préstamos morosos, lo que va asociado a ahorros de costos, mejoras de productividad, menor riesgo de conducta institucional y un aumento superior al 25% en las interacciones con clientes.

El estudio revela que los clientes con interacciones digitales como primera opción realizan pagos 12% superiores a los contactados por los canales tradicionales. “La mejora resultante para la consistencia de la comunicación y la toma de decisiones también genera eficiencias de costos y reduce el riesgo

de conducta de las entidades”, sostiene.

En Chile, la cobranza digital también presenta ventajas en la disminución de la morosidad. “Hoy, la digitalización permite evidentemente una mejor y más eficiente gestión de cobro, pues con los avances en facturación electrónica, el seguimiento posterior de los documentos se hace mucho más sencillo, y si a esto sumamos los avances y herramientas tecnológicas, la ayuda de implementar tecnología a la cobranza permite procesos más eficientes”, dice María Jesús Pedrero, gerente de Riesgo de Factor Plus. Así, “los procesos son automáticos y la información es en línea, lo que mejora la información disponible, la toma de decisiones y los resultados de la empresa”, asegura.

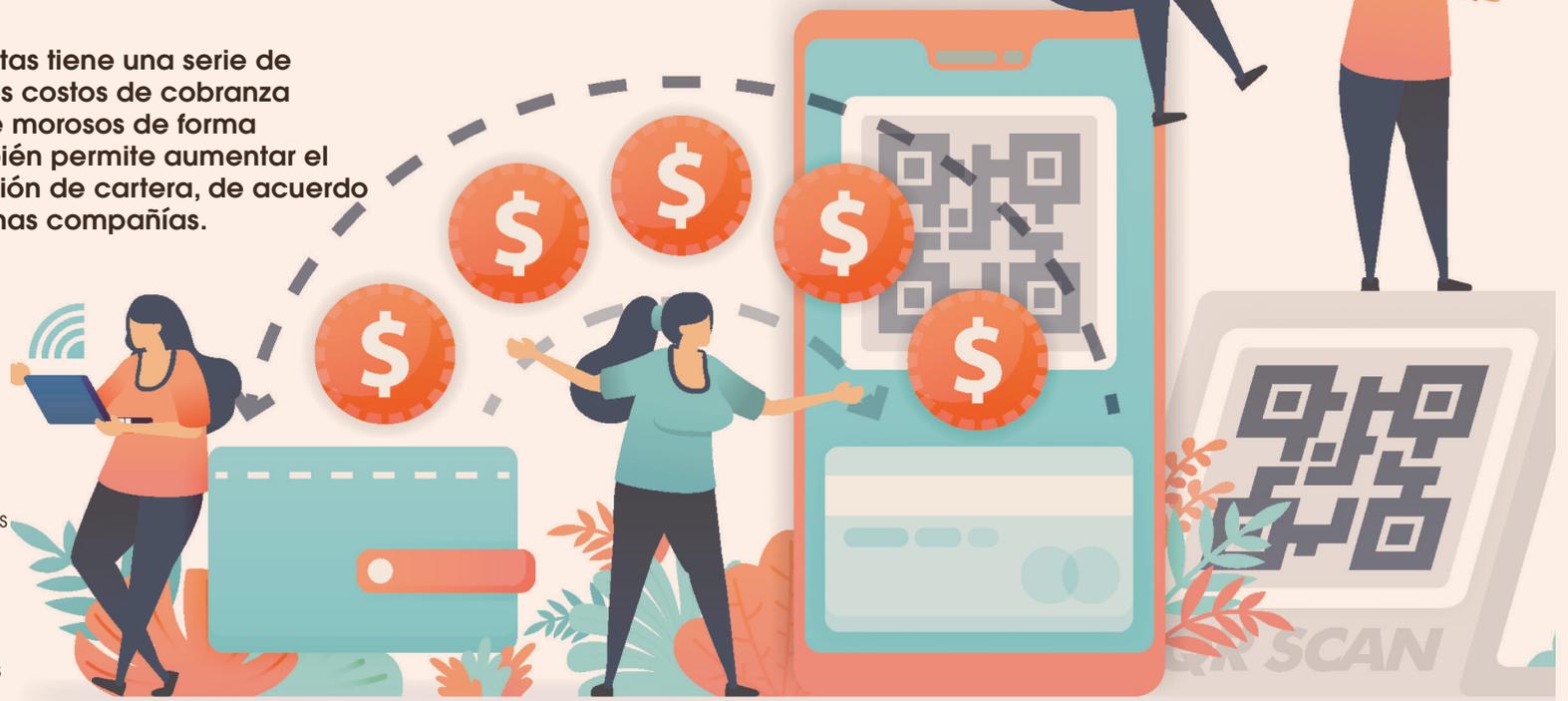
## Cobros personalizados

Para Jorge Primo, senior manager del área de Advisory de PwC Chile, la cobranza digital permite llegar a la totalidad de la cartera morosa de manera automática, gracias a sus diferentes canales, utilizando estrategias personalizadas basadas en la necesidad y comportamiento de cada cliente en particular, entregando opciones de regularización a solo un par de clics. Y esto, “ayuda considerablemente a disminuir la morosidad”, plantea.

Y desde el punto de vista del cliente, “la posibilidad de llevar la cobranza judicial de forma más eficiente mediante herramientas tecnológicas es importante, ya que permite que los costos asociados a la misma sean menores, lo que a su vez los beneficia porque, por regla

general, estos costos son de cargo de quien no regularizó sus pagos a tiempo”, plantea Hedy Matthei, gerente general de HM & Cia.

En tanto, para Claudio Arriagada, gerente general de RECSA Chile, la cobranza digital ayuda en ciertas carteras y clientes, por lo que “se debe usar con cuidado, combinándola adecuadamente”. Y es que “cuando incorporamos herramientas digitales dentro de una estrategia completa tiene muy buenos resultados; cuando solo confiamos en herramientas digitales podemos tener malos resultados si no elegimos el segmento de clientes y tipo de deuda”, acota, y añade que “solo la implementación de modelos integrales permite mejorar los recuperos y, además, mejoras en la experiencia de atención”.



COBROFACTOR.CL  
COBRAMOS TU FACTURA

Si no hay cobro, no hay costo para ti.

Escanea el código QR para saber más



cobrofactor.cl





HM&amp;CÍA.:

# Experiencia, conocimiento y tecnología para cambiar el paradigma de la gestión de cobranza judicial

Con el respaldo de un equipo humano altamente calificado, esta Legaltech con diez años de experiencia está presente en Chile, Perú y España. Hoy en sus servicios incorpora avanzada tecnología y una potente visión empresarial, brindando una sólida propuesta en la gestión de cobranza judicial y extrajudicial, asumiendo el riesgo de la recuperación de deudas bajo condiciones muy atractivas para sus clientes. Por ejemplo, ejecutando ambas cobranzas a la vez, por solo el 10% de lo recuperado, sin letra chica.

“En HM&CÍA estamos cambiando completamente el paradigma y la forma cómo se hace la cobranza judicial, a través de tecnología y procesos automatizados, lo cual permite que toda la gestión sea mucho más eficiente, más económica, pero también mucho más eficaz. Esta forma de trabajar nos asegura, por ejemplo, que los abogados se dediquen a lo realmente importante, liberándolos de tareas que hemos automatizado”, señala Hedy Matthei, gerente general de HM&CÍA, empresa que orienta sus servicios a todo tipo de personas o empresas, cualquiera sea su tamaño, que tengan algún crédito impago que requiera un juicio para hacer la cobranza, teniendo entre sus clientes a pymes, personas y grandes compañías en industrias como retail, banca, automotriz y AFPs.

Asimismo, la ejecutiva destaca otro atributo clave de HM&CÍA., que resulta particularmente atractivo para sus clientes: “Nosotros, y no el cliente, asumimos el riesgo en caso de que no haya recuperado de los activos adeudados. Si no logramos recuperar, aunque hayamos llevado un juicio un año completo, la pyme por ejemplo no nos va a pagar ningún honorario, solo las costas procesales que no suponen desembolsos importantes en relación al beneficio que implica iniciar el juicio. Y creo que eso hace una diferencia tremenda, ya que hay muchas pymes que jamás podrían acceder a un abogado por el costo que ello implica”.

En ese contexto, HM&CÍA. brinda tres servicios principales. Uno de ellos es Cobranza a grandes clientes, que fue con el cual comenzó la empresa hace casi una década, y en el que posee una vasta experiencia en cobranza judicial de carteras masivas de importantes compañías. Otro servicio corresponde a HM Pyme, “que es un proyecto donde nosotros



**Hedy Matthei, gerente general de HM&CÍA.**

atendemos a cualquier empresa, ya sea pequeña, mediana o grande, que requiera el servicio de cobranza judicial, y que nos encargamos dicha gestión a través de una plataforma web 100% online, sin necesidad de tener que

hablar prácticamente con ningún abogado, porque se realiza todo de manera digital. Luego, con la autorización de ellos, iniciamos inmediatamente el proceso”, destaca Hedy Matthei. El tercer servicio que presta la empresa, es el de Auditoría judicial de carteras masivas, que permite a sus clientes controlar por cartera y por estudio jurídico. “Apoyados en nuestra tecnología, con este servicio somos capaces de revisar miles de juicios en muy poco tiempo, y revisar no solo cuál fue el nuevo movimiento sino que interpretar cuál fue ese nuevo movimiento, entregando dicha información a través de reporterías para que nuestros clientes la puedan cargar en sus respectivos CRM. Es un servicio muy potente, que les puede servir a muchos estudios jurídicos y también a empresas que tienen encargados sus juicios a abogados”, agrega la profesional.

La plataforma online de HM&CÍA. en parte sirve para mostrar los servicios que presta la empresa, pero hay una parte de ella que está destinada a que las pymes y compañías en general puedan encargar digitalmente sus facturas u otros títulos de deuda, para iniciar el juicio. “Funciona de manera muy sencilla: nuestros clientes suben el documento, hacen clic aceptando las condiciones, que son muy buenas, y luego nosotros iniciamos el juicio, informándoles vía e-mail del curso de la causa judicial”, apunta Hedy Matthei, y añade: “También tenemos las plataformas internas, con nuestro propio call center para recibir consultas, atendido por personas muy capacitadas para lograr una negociación que sea amable, empática, en buenos términos, porque obviamente queremos también ayudar a que esa pyme logre mantener la relación con el cliente que tenía, proponiendo buenos

## Las claves para una buena tasa de recuperación

La tasa de recuperación de deudas impagas depende en gran medida, además de la eficiencia del abogado, del tiempo transcurrido desde que el deudor entró en mora, pues mientras mayor tiempo, más difícil es el recupero. Hedy Matthei complementa. “Si nos entregan de inmediato la factura o el título de deuda, yo diría que dentro de los cuatro primeros meses se puede lograr alrededor de un 70% de recupero. Pero si ese plazo se alarga, por ejemplo, a tres o cuatro meses, el recupero puede llegar a solo un 20% o 30%. Considerando aquello, en HM&CÍA. paralelamente llamamos al deudor moroso, mientras preparamos los papeles de la demanda. Si a los 10 ó 15 días no hemos logrado una respuesta satisfactoria para nuestro cliente, estamos en condiciones de comenzar el juicio”.

<https://hmycia.com>

acuerdos y alternativas de pago”.

Con un servicio de excelencia, hoy HM&CÍA representa una alternativa de cobranza digital integral, con condiciones de acceso muy ventajosas para sus clientes. Al respecto, Hedy Matthei finaliza: “Abrimos las puertas a muchas pymes, que han quedado muy bien impresionadas ya que no esperaban que hubiera en el mercado un servicio como el nuestro. Nos llena de orgullo estar prestando un apoyo a muchas pymes que de otra manera no tendrían solución para el cobro de sus facturas. Y eso lo hacemos con mucho cariño, ética y profesionalismo”.

# LAS TECNOLOGÍAS CLAVE PARA LLEGAR A LOS CLIENTES

Las empresas de cobranza prestan un apoyo fundamental en la gestión. Por eso, han incorporado nuevas herramientas que les permiten entregar un servicio eficiente y oportuno para mejorar la recaudación. POR FABIOLA ROMO

La comunicación es transversal. No existe ningún área que no la necesite. Pero muchas veces a nivel interno no es una tarea sencilla mantener el contacto adecuado con los clientes, más aún cuando se trata de cobrar. De ahí que muchas empresas opten por externalizar esta tarea, apoyándose en quienes tienen experiencia, tiempo e instrumentos que facilitan el contacto para abordar esta compleja materia.

Según el doctor en economía Francisco Muñoz, docente de la Escuela de Administración y Negocios de Duoc UC sede San Bernardo, para potenciar la gestión interna de cobro, los modelos de redundancia informativa permiten, con relativo éxito, incrementar la recaudación y mantener activa la relación cliente-agente cobrador, disminuyendo los riesgos.

En este contexto, el profesor destaca las acciones dirigidas a reencantar a los deudores, con ofertas de roll over, con la incipiente búsqueda de activar recursos inactivos. "Es una propuesta clara de innovación en el área de cobranzas. En la actualidad, la agiliza-

ción de los procesos de cobranza extrajudicial, la generación de ofertas de pronto pago o renegociación, que resulten atractivas para los clientes en situación de morosidad, no solo hacen expedito el encadenamiento, sino que maximizan la tasa de respuesta y la activación o saneamiento de la cartera vencida o en situación de morosidad", afirma.

En opinión de Claudio Arriagada, gerente general de RECSA Chile, los canales de comunicación han irrumpido en todos los servicios de Customer Service, en forma potencial durante los dos últimos años. "Sin embargo, buscando mejorar el Customer Service del usuario final, se analiza en conjunto con los clientes la mejor forma de llegar con un mensaje sencillo y directo a cada usuario", explica.

#### El poder de los datos

Para ello, cada ciclo de cobranza se construye por etapas

lo cual, en el caso de RECSA Chile, es apoyado por el área de Data Science y los algoritmos de predicción de comportamiento y contactabilidad. "Elegimos el mejor canal de acuerdo al cliente, el tipo de deuda, la industria, la historia y varios parámetros adicionales. Definimos el relato y proceso de cobranza personalizado para cada cliente o segmento de clientes", argumenta Arriagada.

Según Hedy Matthei, gerente general de HM & Cía., la gestión de cobranza (judicial) se hace muchísimo más eficiente cuando se apoya en tecnología. "Ella permite contar con procesos automatizados y, por tanto, con menos personas revisando los juicios. Además, la tecnología hace que la gestión de cobranza judicial sea muchísimo más eficaz, porque asegura que los juicios se tramiten sin retrasos", comenta.

Y es que las herramientas tecnológicas y la automatización

permiten saber en tiempo real cuándo debe llevarse a cabo una nueva gestión. "De esta forma, no se depende de que el abogado o procurador tenga tiempo. Obviamente, hay gestiones que no se pueden automatizar y sí las debe llevar a cabo un abogado o procurador, pero en este caso, las herramientas tecnológicas permiten comprobar si la gestión se hizo o no, por lo que acusan de inmediato cualquier retraso en la tramitación de un juicio", detalla.

De esta manera, estudios jurídicos y empresas de cobranza pueden trabajar sin atrasos, en forma eficiente y eficaz. "La tecnología más útil será siempre la que permita reducir la tasa de morosidad (IRC, o índice de recuperación de cartera)", indica Francisco Muñoz, de Duoc UC, quien valora la tecnología que, sin dejar de ser efectiva, resulta menos invasiva. "La tecnología analítica y que permite predecir comportamientos y/o hábitos de los clientes, podría resultar en un nivel mayor de efectividad, dado que podría conectarse con los clientes en contextos que éstos son marcadamente receptivos", sostiene.

**43%**  
DE LOS DEUDORES  
SE ENCUENTRA EN EL  
RETAIL, SEGÚN LA USS Y  
EQUIFAX.



RECSA:

# Experiencia e innovación en gestión de cobranza como estrategia integral para optimizar resultados de sus clientes

Con más de treinta años de trayectoria, RECSA es actualmente un referente en la industria de recuperación y administración de activos. Brindando servicios especializados para diversas industrias, ha desarrollado un Sistema Integral de Gestión de Cobro, orientado a cubrir las necesidades y políticas de atención de sus clientes. Pero los desafíos no se detienen: la compañía apunta a fortalecer su internacionalización y liderazgo regional en el rubro.

Combinando de manera virtuosa experiencia e innovación, RECSA basa sus procesos en respetar y agregar valor a los usuarios finales con el propósito de llevar una solución orientada a una mejor experiencia en cada contacto. Claudio Arriagada Toledo, gerente general de RECSA Chile, complementa: "La gestión integral de atención se adecua a la necesidad y política de cada uno de nuestros clientes, donde estos pueden seleccionar qué tipo de atención y canal disponibilizarán para la gestión de cobranza. Por lo tanto, tratamos de disponibilizar servicios integrales a medida, utilizando modelos convencionales, tecnología Word Class e innovación. Pensamos en la cobranza, no solo como un servicio, sino como una estrategia integral en búsqueda de optimizar resultados, y entregar liquidez a las operaciones de nuestros clientes, mediante una efectiva recuperación de activos".

RECSA cuenta con servicios especializados para las industrias de Banca&Finanzas, Telecomunicaciones, Seguros y Salud, Educación y Retail. En ese sentido, su experiencia en diferentes mercados e industrias le permiten hoy entender al nuevo consumidor, adaptándose a su comportamiento, uso de medios y canales de contacto, de una forma efectiva y cercana, que le permite mantener la fidelidad con sus clientes.

Esta visión le otorga a RECSA una ventaja decisiva para adaptarse a los cambios del mercado, de la industria, de regulaciones y de los consumidores. Del mismo modo, le posibilita actualmente entregar servicios sólidos y acompañar a sus clientes en el largo plazo, más allá de una medición mensual, semestral o anual. "Consecuente con esa mirada, forjamos relaciones a largo plazo basadas en personas, procesos, tecnología y experiencia", subraya Claudio Arriagada.

La tecnología, precisamente, es una herramienta que en RECSA potencia el negocio y, en definitiva, está al servicio de sus clientes. Por tal motivo, en materia de cobranza digital la empresa es capaz de ge-



Claudio Arriagada Toledo, gerente general de RECSA Chile.

nerar una estrategia de cobranza automatizada, que a través de sus modelos de inteligencia artificial "se materializa en la elección del canal adecuado, en el momento adecuado para el cliente adecuado", observa el ejecutivo, y prosigue: "No es fácil lograr combinar exitosamente los comportamientos de pagos, canales de contacto (robots, asistentes virtuales, IVR, SMS, correos, WhatsApp, etc.) y las necesidades de nuestros clientes, logrando resultados consistentes en el tiempo y que se adaptan a los cambios que vivimos en el presente. Estamos muy contentos con lo que hemos logrado y la mejora que vemos en nuestros índices mes a mes".

Asimismo, RECSA se apoya en robots que digitalizan y automatizan sus procesos de cobranza al cliente, de back-office y de enriquecimiento de datos.

Todos estos atributos van de la mano del equipo humano de la empresa, el que comparte un objetivo claro, como lo expresa Claudio Arriagada: "Crear confianza en base a resultados consistentes. Este sentimiento y deber parte desde nuestros equipos directivos hasta nuestros equipos de front y operativos".

Un equipo multidisciplinario, consolidado,

de mucha experiencia, que juega "de memoria", que mezcla lo mejor de los procesos, el conocimiento de los clientes, de la industria y la tecnología.

Claudio Arriagada concluye: "No buscamos ser los más grandes, buscamos ser flexibles y lograr acompañar a nuestros clientes en los cambios que enfrenta el mercado y nuestra industria, aprendiendo de nuestras pruebas y errores, para buscar servicios de excelencia en el largo plazo".

## Ser mejores en el presente y con un pie en el futuro

RECSA brinda servicios en 12 países de Latinoamérica: Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Perú, Paraguay, Uruguay, El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Honduras y Nicaragua. Y este año sumará a Colombia, en el marco de su estrategia de internacionalización y liderazgo regional en gestión y administración de activos financieros a través de la innovación, eficiencia y agilidad, buscando entregar un servicio homogéneo en cada país donde la empresa se establece. Y si de desafíos se trata, en RECSA apuntan a ser una organización "ambidiestra" que logra utilizar la innovación y adaptarse al cambio continuo. "En pocas palabras, ser mejores en el presente y tener un pie en el futuro para así visualizar los cambios", resume Claudio Arriagada. Además, la empresa está impulsando un proyecto llamado "RECSA instala innovación y transformación digital para ser referente mundial en cobranza inteligente", donde ha contado con el apoyo de Corfo y la consultora Brinca. "Queremos seguir creciendo tanto en clientes, apoyándolos continuamente, como en cobertura geográfica. Nos queda mucho por avanzar y mejorar, pero creemos que estamos preparados para enfrentar los escenarios que se aproximan", cierra Claudio Arriagada.

<https://recca.com/cl>

## Canales digitales

Elegir el mejor canal para cada cliente

Elegir la mejor combinación de canales para cada cliente

Generar una experiencia unificada

