**Modelo de obligaciones morosas**

Objetivo:

Identificar la probabilidad de que el cliente acepte una opción de pago de su obligación morosa.

Ciclo de desarrollo implementado:

1. Diseño:

Identificación de necesidad

Identificación de requerimientos

Creación de casos de uso

Creación de criterios de aceptación

1. Ciclo de desarrollo

Ingeniería de datos (Diseño de esquema de datos, Limpieza de datos)

Modelado de datos (Análisis de data, Diseño y Análisis de modelo)

Validación

Reentrenamiento

Certificación

---------------------------------------------------

Diseño de arquitectura de servicio.

Desarrollo de servicios.

1. Ciclo de productizacion:

Automatización (Calendarización)

Monitoreo

------------------------------------------------

Despliegue de servicio REST API

Identificación de necesidad:

Busca encontrar la dificultad que enfrenta la organización y se buscar resolver. Esta definición es crucial porque establece la razón de ser del proyecto de analítica, ya que un problema bien definido contribuye a centrar todos los esfuerzos en una meta clara.

Identificación de requerimientos:

Los criterios de éxito del proyecto son las condiciones que se deben cumplir para considerar el proyecto exitoso después de su implementación. Estos mismos deben ser claros desde el principio para poder evaluar el desempeño del proyecto con precisión.

**Supuestos y Justificación**

1. **Estado de la mora y la deuda**: Clientes con mayor mora o deuda pendiente pueden tener una propensión diferente a aceptar opciones de pago, dependiendo de la severidad de su situación.
2. **Interacción previa**: La cantidad de gestiones, promesas cumplidas, y acuerdos previos pueden influir en la disposición del cliente a aceptar nuevas opciones de pago.
3. **Historial de pago y probabilidades**: Clientes con mayores probabilidades de pago o auto-cura, o con un buen historial de pagos, podrían ser más propensos a aceptar opciones de pago.
4. **Datos demográficos y económicos**: La situación económica y características personales del cliente pueden influir en su decisión de aceptar o no una opción de pago.

