Entrega: Proyecto Final

Turno: Mañana

Comisión: 71900

Alumna: Florencia López Curubeto

IA: Generación de Prompts

2025

Incide

[Presentación del problema a abordar 2](#_Toc189350076)

[Desarrollo de la propuesta de solución 3](#_Toc189350077)

[Justificación de la viabilidad del proyecto 4](#_Toc189350078)

# Presentación del problema a abordar

En el contexto que se encuentran hoy en día el mundo, las empresas de telecomunicaciones cumplen una función y un rol muy importante en la vida diaria de cada ser humano.

Gracias a estas empresas, tenemos la posibilidad de contactarnos de diferentes formas, a través de la tecnología que poseen, por medio del internet, cable, de forma inalámbrica, entre otras.

Estas herramientas, son utilizadas de forma cotidiana y hasta me atrevo a decir de forma constante, ya que son instrumentos muy útiles y tiene un alcance muy significativo en la vida diaria de cada persona, ya que satisfacen las necesidades básicas de comunicación. Ya sea para poder transmitir, anunciar o conversar de forma rutinaria temas triviales como poder compartir ideas y/o información para poder llevar a cabo una tarea dentro del ámbito laboral.

Por otro lado, el sector de las telecomunicaciones se ha convertido en uno de los motores económicos más relevantes, debido al crecimiento exponencial de las empresas que lo componen. Este auge se debe a que cada vez más personas, de diferentes edades, necesitan utilizar estos servicios. A medida que avanza la tecnología, estas empresas se ven en la obligación de crear nuevos productos para satisfacer las crecientes demandas de los usuarios.

Con la constante aparición de nuevos productos, las empresas deben garantizar que sus clientes estén al tanto de los plazos de vencimiento de sus facturas, con el fin de evitar retrasos en los pagos. Para ello, cuentan con un sector específico encargado de comunicar a los clientes, a través de diversos canales, las fechas de vencimiento o el estado de sus facturas, según su ciclo de facturación. Este sector se conoce como morosidad.

La morosidad representa un desafío crucial para las empresas que ofrecen productos o servicios, ya que el retraso en el pago de las deudas por parte de los clientes afecta directamente la liquidez de la empresa, generando pérdidas económicas. En particular, las empresas deben gestionar sus campañas de manera eficiente, identificando a los clientes con mayor probabilidad de caer en mora, con el fin de optimizar los recursos destinados a estas actividades. La morosidad no solo implica una pérdida directa, sino también costos administrativos adicionales y puede perjudicar la relación con los clientes. Por ello, una gestión más precisa y eficiente de las campañas, basada en el análisis de datos y modelos predictivos, puede mejorar la recuperación de deuda, reducir los costos operativos y aumentar la rentabilidad de la empresa.

Este tipo de análisis tiene como objetivo proporcionar información clave para la toma de decisiones dentro del equipo. En la estructura organizacional de la empresa de telecomunicaciones, los objetivos se fijan cada tres meses, y a cada miembro del equipo de morosidad se le asignan tareas quincenales para cumplir con estos objetivos.

Los temas para el avance del producto de morosidad son definidos por el equipo, quienes identifican puntos de dolor en las campañas. Junto con los integrantes, se proponen mejoras para incentivar el pago de los clientes y, de esta manera, recuperar los pagos pendientes de forma más rápida y eficiente.

# Desarrollo de la propuesta de solución

* Generación de contenido personalizado mediante IA:

Se implementarán modelos de inteligencia artificial para crear mensajes adaptados a cada segmento, ajustando el tono, contenido y formato según el perfil del cliente. Esto incluirá:

Textos personalizados: Generación automática de mensajes para SMS, emails y notificaciones push.

Imágenes y banners adaptados: Utilización de herramientas de IA para generar visuales que refuercen el mensaje.

Videos breves automatizados: Creación de contenidos visuales simples para explicar opciones de pago o informar sobre promociones especiales.

* Selección de canal y horario óptimos:

Basado en datos de interacción anteriores, la plataforma sugerirá el mejor canal (SMS, mail, push) y el momento adecuado para enviar la comunicación, maximizando la tasa de respuesta.

* Optimización y aprendizaje continuo:

Se incorporará un sistema de A/B testing automatizado que evalúe la efectividad de los distintos mensajes y contenidos. La plataforma ajustará las futuras comunicaciones en función de los resultados obtenidos, mejorando de forma continua la estrategia de contacto.

# Justificación de la viabilidad del proyecto

Este proyecto es viable tanto técnica como operativamente, considerando los recursos disponibles y el impacto esperado en la gestión de morosidad.

Acceso a datos: Se cuenta con datos históricos de clientes, como historial de pagos, comportamiento de consumo y patrones de respuesta a campañas anteriores. Esta información es clave para la construcción de modelos predictivos y de segmentación.

Herramientas y tecnología: Tecnologías como Python permiten un desarrollo ágil y eficiente, aprovechando bibliotecas de machine learning (Scikit-Learn, TensorFlow) para la predicción, así como herramientas de generación de contenido (modelos de lenguaje para textos e IA generativa para imágenes y videos).

Implementación escalable: El proyecto se puede abordar por etapas:

* Etapa 1 (2-3 semanas): Exploración, limpieza de datos y desarrollo del modelo predictivo.
* Etapa 2 (4-5 semanas): Segmentación de clientes y generación de contenido personalizado.
* Etapa 3 (2-3 semanas): Implementación de envíos, análisis de resultados y optimización.

Impacto esperado:

* Incremento en la tasa de recuperación de deuda.
* Reducción de costos operativos mediante campañas más efectivas.
* Mejora en la relación con los clientes a través de comunicaciones más relevantes y empáticas.

El uso de inteligencia artificial no solo permitirá anticipar el riesgo de morosidad, sino también actuar de forma proactiva con contenidos optimizados, personalizados y adaptados a cada cliente, maximizando el reenganche y la efectividad de las campañas.