

REVISTA

APCOB: COBRANZA 360°

UNA VISIÓN INTEGRAL PARA TRANSFORMAR LA INDUSTRIA

**IA EN
COBRANZA:
¿SUSTITUTO O
ALIADO?**

**DEL PRIMER
CONTACTO A LA
RECUPERACIÓN**

por  VOICES

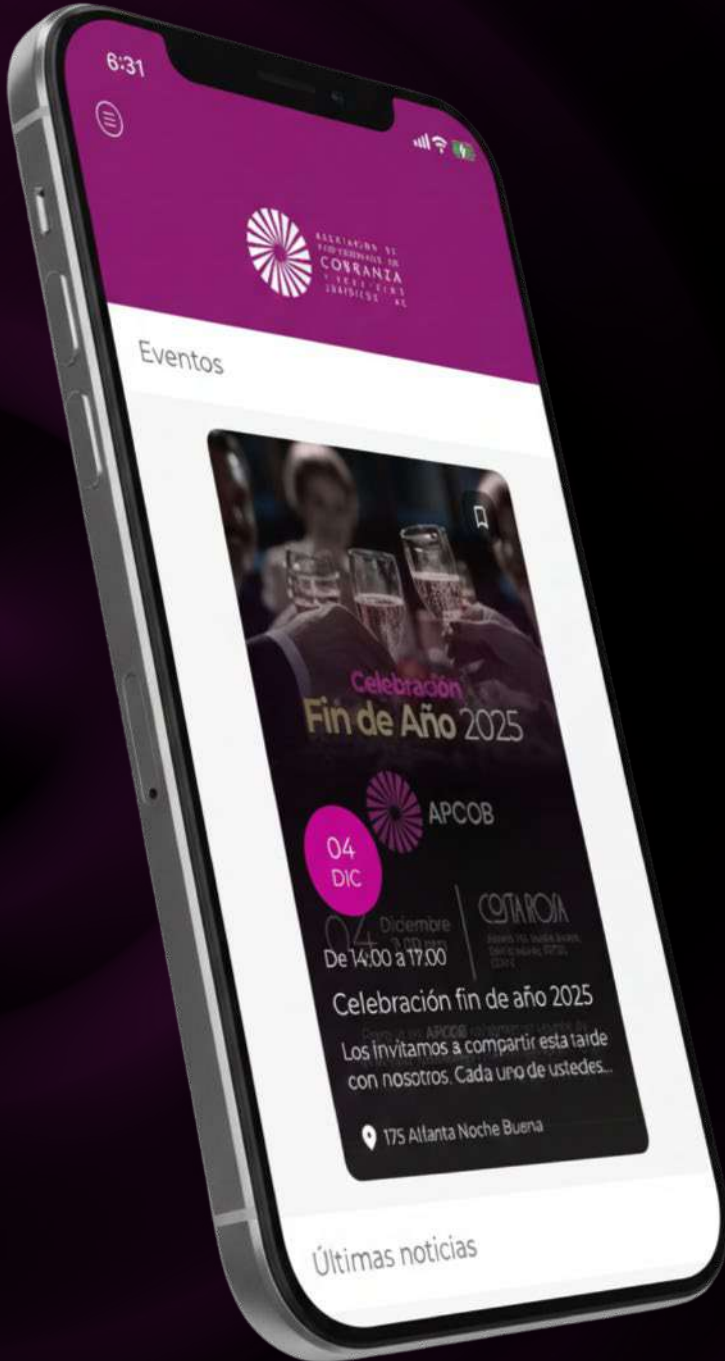
**MARCO REGULATORIO PARA
LA IA: ¿MÉXICO ESTÁ LISTO?**

ÉTICA PROFESIONAL:

PUENTE ENTRE LA TECNOLOGÍA Y LA REPUTACIÓN DE LA EMPRESA



APCOB



¡DESCARGA
NUESTRA APP!



APCOB

DISPONIBLE EN:



PLAY STORE



APPSTORE

FIRMA DEL AUTOR



COBRANZA EN EVOLUCIÓN: EL FUTURO SE CONSTRUYE HOY

Imagina que hoy pudiéramos replantear la cobranza desde sus bases. Con la experiencia que hemos acumulado, la tecnología que tenemos a nuestro alcance y una visión más humana del sector, ¿seguiríamos haciendo las cosas igual? Probablemente no.

La industria está atravesando una transformación sin precedentes. La inteligencia artificial, la automatización y los nuevos modelos de comunicación están redefiniendo procesos y abriendo nuevas oportunidades. Sin embargo, entre tantos avances tecnológicos existe algo que permanece inalterable: el valor de las personas.

Esta edición busca explorar precisamente ese punto de encuentro entre innovación, ética y reputación. Porque el futuro de la cobranza no se construye únicamente con herramientas más avanzadas, sino con profesionales más preparados, procesos más transparentes y una visión capaz de entender que detrás de cada cuenta existe una historia.

La APCOB abre este espacio para impulsar una conversación necesaria: profesionalizar la cobranza ya no es una opción; es una responsabilidad compartida.

– Alan Ramírez, Presidente

CONTENIDO

03 FIRMA DEL AUTOR

04 IA EN COBRANZA

06 MARCO REGULATORIO DE LA IA

08 EDUCACIÓN PARA EL USO DE LA IA

10 ÉTICA PROFESIONAL

12 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS

14 VOICES

18 RESPONSABILIDAD SOCIAL



IA EN COBRANZA: ¿SUSTITUTO O ALIADO?

¿Alguna vez has comprado en una tienda en línea y en menos de lo que esperabas un mensaje confirmó tu pedido? ¿Otro cuando está en camino y uno más cuando llegó a la puerta? Todo esto sucede sin que alguien detrás de una pantalla responda manualmente a esas acciones y envíe las notificaciones. Esto, es automatización y no sólo está sucediendo en nuestra vida cotidiana, también pasa dentro de la industria de la cobranza.

En México y el mundo, chatbots y sistemas de respuesta automática concentran el 70% de las interacciones iniciales con deudores, liberando tiempo para que los cobradores puedan enfocarse en casos complejos que requieren atención personalizada.

No es magia: es inteligencia artificial aplicada a la cobranza. Y los resultados hablan por sí solos.

Casos exitosos: la IA muestra su importancia en la industria

En el ecosistema mexicano, empresas como BBVA han implementado asistentes virtuales que reducen hasta en un 80% los tiempos de espera. Estos bots, no sólo responden a preguntas frecuentes, sino que negocian planes de pago básicos y escalan casos complejos con operadores humanos cuando la situación lo requiere.

Las fintechs mexicanas están utilizando la IA generativa para personalizar comunicaciones

con sus clientes y optimizar la gestión de la cartera, mientras que empresas medianas han automatizado procesos como el envío de recordatorios y clasificación de cartera por prioridad. En el sector financiero, podemos encontrar tres niveles donde opera la IA: automatización de procesos, costos y tiempos; personalización de servicios financieros mediante algoritmos predictivos que adaptan productos de acuerdo al perfil del usuario, de hecho, Vázquez y Díaz (2025) señalan que:

"además de facilitar la interacción con los usuarios, se recopilan grandes volúmenes de datos que permiten a los bancos generar patrones analíticos y predictivos para comprender mejor el comportamiento de los clientes y personalizar sus productos financieros".

por último, la gestión de riesgos mediante la detección de fraudes, reforzando así la seguridad del sector financiero.

¿Sabías esto?: Según datos del Banco de México (BANXICO, 2024), la adopción de tecnologías de automatización en el sector financiero ha crecido un 35% en los últimos dos años, y la cobranza no es la excepción.

¿Sustitución o Potenciación? La Respuesta es Clara

Seguramente has leído, escuchado o incluso pensado sobre la IA reemplazando trabajadores. Y es verdad que la automatización ha optimizado tareas repetitivas que antes consumían horas de trabajo. Pero aquí viene la pregunta del millón: ¿puede la IA reemplazar a los cobradores?

La respuesta, es un rotundo **no** y aquí te explicamos por qué:

La empatía no se puede programar

Aunque como se ha demostrado aquí con diversos ejemplos que estos sistemas de automatización son excelentes manejando interacciones rutinarias, las situaciones personales son complejas y en muchos de estos casos el proceso de negociación requiere de una alta comprensión humana, escucha activa y capacidad de adaptación que ninguna máquina puede replicar completamente.

El juicio ético sigue siendo, ante todo, humano

La cobranza en México opera dentro de un marco legal (LFPCA) donde especifica que los cobradores deben tomar decisiones que equilibran la recuperación de la cartera respetando los derechos del deudor, es decir, respetando igual las condiciones particulares con las que el deudor presenta su situación. Esta capacidad de discernimiento ético es inherentemente humano.

La confianza se construye, no se automatiza

Estudios dentro del sector financiero demuestran que la satisfacción del deudor puede mejorar significativamente cuando percibe que hay un seguimiento activo, flexible y respetuoso. La IA puede facilitar el contacto, pero es el profesional quien construye la relación de confianza para conducir a pagos sostenibles.



Tendencias 2030: ¿Qué esperar?

Sin duda, el uso de la inteligencia artificial sigue creciendo a pasos agigantados y presentan un nuevo panorama para la industria, por un lado, se presentan algoritmos que pueden anticipar pagos con una precisión más exacta, permitiendo estrategias proactivas antes de que el incumplimiento ocurra y a su vez, esto permitirá una personalización más exacta, pues cada deudor podrá tener una comunicación única y adaptada a su perfil y situación financiera.

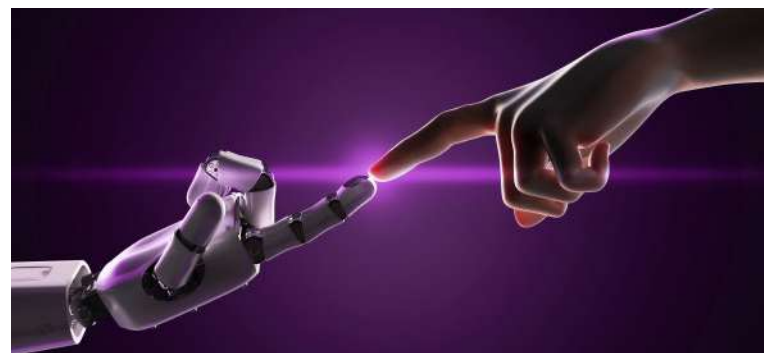
Pero hay algo más: la industria ya no solo busca cobrar, sino que ofrecerá recursos para mejorar la salud financiera del deudor. En paralelo, esto no sólo será una ventana de oportunidad para la industria sino que requerirá un marco legal que equilibre las nuevas dinámicas de innovación tecnológica de acuerdo con la protección de información del consumidor. Es decir: mayor educación financiera, mejor regulación.

Nuevos panoramas

La inteligencia artificial ha dejado de ser una promesa futurista para convertirse en una realidad tangible en los departamentos de cobranza de México. Lejos de representaciones apocalípticas donde las máquinas reemplazan trabajadores, la realidad muestra un panorama diferente: la tecnología potencia al cobrador, no lo sustituye. Sin embargo, como todo cambio tecnológico, esto requiere de nuevos modelos de adaptación en la industria y, por su puesto, nuevos esquemas regulatorios que empiezan a ponerse sobre la mesa para los expertos.

Si bien la combinación de ambos está creando una industria más eficiente, ética y humana, también es necesario comenzar hablar de sus nuevas y pertinentes regulaciones.

En los capítulos siguientes te platicamos más.



MARCO REGULATORIO PARA LA IA: ¿MÉXICO ESTÁ LISTO?

En el capítulo anterior exploramos cómo la inteligencia artificial está transformando la cobranza en México y con ella surgen nuevas preguntas: ¿Existen reglas para regularla? ¿Qué pasa con la información de las y los usuarios? En este artículo navegaremos sobre el laberinto de preguntas que han surgido dentro del marco regulatorio para el uso de inteligencias artificiales en México.

¿Hay normativa actual?

La respuesta corta es: sí. México no tiene una ley específica para la regularización de la inteligencia artificial como sucede en la Unión Europea. Sin embargo, existen marcos legales vigentes que aplican directamente a la cobranza automatizada.

La Ley General de Protección de Datos Personales (LGPD) es uno de los pilares fundamentales. Esta legislación regula cómo las empresas pueden recopilar, usar y almacenar información personal de sus usuarios. Para los sistemas de IA en cobranza, esto implicaría restricciones importantes, pues no se pueden entrenar algoritmos con datos sensibles sin un consentimiento explícito del usuario.

En la misma línea, La Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPCA) establece que los consumidores tienen derecho a la información clara, veraz y oportuna sobre las condiciones de los productos y sus servicios financieros. Según la CONDUSEF, los deudores también tienen derechos específicos como: el trato digno, la resolución efectiva de deudas, no ser objeto de sobornos o prácticas abusivas y el más importante para este rubro, la protección de datos personales en entornos automatizados.

Retos regulatorios de la IA en México

Cuando un chatbot entabla comunicación con un deudor, el algoritmo determina una probabilidad de pago o cuando el sistema automatizado decide escalar un caso, ya se están procesando y analizando datos personales. Aquí es donde la situación se pone



interesante pero compleja a la vez. Las leyes actuales fueron diseñadas para interacciones humanas y la velocidad de la IA supera la capacidad legislativa. Se necesita urgente una regulación que evolucione en conjunto con la IA y que sea explícitamente destinada a su regulación.

La falta de regulación genera vacíos legales que pueden dar paso al uso indebido de información financiera de los deudores. Aunque diversas leyes contemplan la protección de datos personales y limitan la recopilación masiva de datos, estas no garantizan una protección integral de los usuarios. Esta situación no sólo afecta a los consumidores, sino también a la reputación de las empresas de cobranza que buscan operar de manera ética.

Hacia un futuro regulatorio: algunas recomendaciones

Diversas instancias han comenzado a optar por incluir mejores marcos de regulaciones e incluso, recomendaciones que se pueden seguir para no violentar derechos humanos en el uso de inteligencia artificial. La Red Iberoamericana de Protección de Datos ha emitido lineamientos en esta dirección, entre los que destacan los siguientes puntos:



1. **Consentimiento informado:** Garantizar que los deudores comprendan cómo se utilizarán sus datos personales en los procesos de cobranza.
2. **Transparencia algorítmica:** Las instituciones financieras deben compartir con sus deudores y comunidad cómo operan los sistemas de IA permitiendo comprender a los deudores los criterios para la toma de decisiones.
3. **Auditorías periódicas:** Establecer mecanismos de revisión independiente para evaluar los algoritmos y ver que no generen ninguna práctica abusiva o indebida con la información.

De manera paralela instituciones como la CONDUSEF recomienda que las interfaces automatizadas sean lo más comprensibles y claras para todos los usuarios, incluyendo aquellos que no cuentan con un nivel alto de alfabetización digital.

Desde Asociación de Profesionales en Cobranza y Servicios Jurídicos, A.C.hemos puesto un granito de arena al cumplimiento de diversos lineamientos para el buen trato y uso de datos protegidos de los deudores, te invitamos a leer nuestro código de ética en nuestra página oficial.

Panorama futuro: hacia un sistema tecnológico regulado

México tiene un marco legal base para la cobranza automatizada, pero enfrenta el reto de adaptarse a una tecnología que evoluciona más rápido que sus leyes. La protección de datos del deudor está cubierta, pero la regulación de decisiones algorítmicas sigue siendo un territorio por explorar. Según el Banco de México (2025), la adopción de IA en el país es aún inicial y muchas empresas desconocen sus aplicaciones potenciales. Esto sugiere, la necesidad de una política pública que impulse el uso responsable de las inteligencias artificiales no de manera preventiva sino, una capacitación desde el origen: infraestructura digital adecuada y marcos regulatorios que atiendan a las preocupaciones legales y éticas tanto del personal de la empresa como de los deudores.

El desafío no es limitar, sino garantizar la innovación tecnológica y ética.

La integración de la inteligencia artificial en la industria de la cobranza exige una transición laboral de innovación tecnológica porque como se discutía en el artículo anterior: el futuro de la cobranza es híbrido. Y ese futuro necesita regulaciones que acompañen el camino para asegurar que se proteja el derecho de todas y todos.

MARCO REGULATORIO DE LA IA



COMPETENCIAS PARA LA ERA DE LA IA EN LA COBRANZA

En la era actual, los interrogantes sobre el impacto de la inteligencia artificial en el ámbito profesional son inevitables. A lo largo de los capítulos anteriores hemos explorado una idea fundamental: más que sustituir a los profesionales, la IA se consolidará como una herramienta fundamental de trabajo. Esta perspectiva transforma la pregunta inicial: ya no se trata de si la IA reemplazará a los cobradores, sino de si estos están preparados para trabajar junto con la tecnología.

¿Nuevas habilidades para el cobrador?

Y esto no sólo está destinado únicamente al cobrador, sino para todo el ecosistema de cobranza. Pero no te asustes: no se trata de convertir al cobrador en un programador ni en un científico de datos. Lo que se requiere es una combinación de alfabetización tecnológica con habilidades blandas que se complementen con la tecnología.

Un informe reciente del Banco de México (2024) revela un dato revelador: la adopción de la IA en el sector financiero creció un 35% entre 2022 y 2024. Sin embargo, la capacitación para su uso no avanzó al mismo ritmo. El mismo informe señala que el desconocimiento de los trabajadores sobre cómo aplicar estas herramientas, la falta de personal capacitado para su desarrollo y la escasez de recursos, fueron calificados como los

principales obstáculos para su implementación.

¿Sabías esto? *Un informe de IBM demuestra que el 94% de los encuestados cree que la IA será importante para su trabajo en los próximos 3-5 años, y el 67% consideraría cambiar de empleo por uno que ofrezca mejores herramientas de IA.*

Imagínatelo así: tener un Ferrari no te hace piloto de carreras, como tener un restaurante no te hará el mejor chef del mundo.

Puedes tener una IA con herramientas magníficas pero si no sabes interpretarlo, configurarlo o darle instrucciones correctas, no vas a obtener los resultados que realmente necesitas. Es por esto, que las empresas de cobranza están empezando a invertir en capacitaciones para sus colaboradores, pero también necesitan que los profesionales tomen las riendas de su propio desarrollo.

¿Qué competencias diferencian al profesional del futuro?

Entonces, ¿qué hace a un cobrador relevante en la era de la hiperconectividad donde la IA hace gran parte del trabajo pesado?

No necesitas ser un experto en código, pero sí tener conocimiento en interpretación de métricas. Según la CONDUSEF (2024) los cobradores que entienden analytics tienen tasas de éxito de hasta un 40% al administrar mejor su tiempo en el uso de la IA. **Esto es fundamental en el uso de la inteligencia artificial: la IA te da la información pero tú decides qué hacer con ella.**

Por ejemplo: un algoritmo, basado en el historial de un cliente, podría indicar que tiene un 80% de probabilidad de pago. Sin embargo, solo un humano puede comprender en qué situación se encuentra esa persona de acuerdo con su plan de pago específico.

En este sentido, no se trata de temer a la tecnología, sino de aceptarla como aliada. Los profesionales que aprenden a trabajar con chatbots, sistemas de scoring o plataformas de automatización rinden mejor en tareas y tiempo. Además, este conocimiento adicional abre puertas y colaboraciones a futuro.

En un entorno donde la IA cada vez se encuentra en cada rubro de nuestra vida cotidiana y sobre todo laboral, es indispensable cómo operar a la IA dentro de los marcos legales específicos, entender el uso de datos y las regulaciones de cobranza te salvará de malos ratos en más de una ocasión y servirá para apegarse lo más posible a tu ética

profesional.

El cobrador del futuro no sólo cobra: se asegura de que cada interacción cumpla con las normas.

Finalmente, pero no menos importante, como comentamos en capítulos anteriores, el carácter humano es, sin duda, la competencia más valiosa. La inteligencia emocional y la capacidad de leer a otra persona, empatizar sin perder el objetivo y escuchar activamente las necesidades de otros es la característica más importante en un entorno que muchas veces amenaza con perder el tacto. La IA puede manejar lo rutinario pero recordemos que en situaciones complejas la comunicación uno a uno requiere de un humano.

El rol humano como valor agregado

Un chatbot puede usar lenguaje amable, pero no puede sentir la frustración de una madre soltera que no puede pagar porque su hijo estaba enfermo. El cobrador humano puede reconocer esa situación y ofrecer una solución realista. Cuando un algoritmo dice “esto es lo que se debe hacer”, el humano dice “pero esta situación es diferente”. La capacidad de hacer excepciones cuando son necesarias es exclusivamente humana.

La IA facilita el contacto pero el humano construye lealtad.

Según un estudio de PROFECO (2024), los deudores que reportan haber tenido una experiencia positiva con su cobrador tenían 3 veces más probabilidades de mantener una relación comercial futura con la institución. Eso es valor real que no se puede automatizar.

La pregunta no es si la IA llegó para quedarse. La pregunta es: ¿estás listo para trabajar junto con ella de manera ética?





ELIMINANDO DEUDAS,
MEJORANDO VIDAS.

Coperva ofrece soluciones diseñadas para **transformar la cartera vencida en una oportunidad estratégica**, impulsando la liquidez y fortaleciendo la operación financiera de sus clientes.



Enfoque Analítico Matemático



Análisis especializados



Implementación de IA



Cobranza ética, transparente y efectiva

**Más allá de la cobranza.
Estrategias que generan valor.**

@copervacobranza



www.coperva.com

CONOCE A NUESTROS PROVEEDORES CERTIFICADOS






Proveedor
PLATINO



Proveedor
ORO






CONTACTO:

-  info@neored.com.mx
-  neored.com/neomailing
-  55 3330 1515

PAKMAIL 

CONTACTO:

-  ltoron@pakmail.com.mx
-  echegaray.pakmail.com.mx
-  55 4602 4173



REPUTACIÓN E IMAGEN EN EL SECTOR DE COBRANZA

Son las 3 de la mañana y Samuel no puede dormir. La angustia le consume. Hace apenas una semana pidió un préstamo de 5,000 pesos en una aplicación móvil y hoy su deuda se triplicó a 15,000. Por si fuera poco, el hostigamiento no cesa: mensajes amenazantes, llamadas telefónicas a cualquier hora y lo peor, una imagen que circula entre sus 800 contactos: su INE con la leyenda “estafador”. Samuel, como miles de mexicanos, fue víctima de las “montadeudas”, aplicaciones de préstamo fraudulentas que operan fuera de la ley.

Este caso, cada vez más común en México, ilustra por qué la reputación del sector de cobranza enfrenta una crisis de confianza sin precedentes. Cuando las personas piensan en “cobranza”, inmediatamente imaginan llamadas insistentes, amenazas o la sensación de ser perseguidos. Sin embargo,



esa percepción no responde a cómo operan las empresas de cobranza desde la atención ética. Modus operandi: ¿cómo las empresas dañan la imagen del sector?

¿Sabías esto? La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) reportó solo en marzo de 2025, nueve instituciones financieras que fueron víctimas de suplantación de identidad, usando nombres, logos y datos engañando a deudores. Además, datos del Consejo Ciudadano de la Ciudad de México (2025) reportó que de 2021 a diciembre de 2024 se identificaron más de 1,073 aplicaciones reportadas como fraudulentas, de las cuales 171 permanecen activas únicamente en Google Play.

Por esto, la historia de Samuel no es aislada. Este fenómeno ha generado una contaminación colectiva: cuando una persona es víctima de una aplicación o empresa fraudulenta, su desconfianza se extiende a todas las empresas del sector, incluso aquellas que operan legalmente y con ética.

La imagen como moneda de cambio

En este panorama, reconstruir la reputación del sector significa avanzar con cautela en el trato de las y los deudores tomando en cuenta la comunicación clara y efectiva.

Diversos estudios han demostrado que las dimensiones fundamentales para lograr una confianza a largo plazo entre consumidores consta de 5 elementos: fiabilidad (cumplir lo prometido), sensibilidad (disponibilidad para ayudar), seguridad (conocimiento de personal verificado), empatía (atención personalizada) y elementos tangibles (imagen de la empresa). Cuando un asesor logra implementar estos elementos en la atención con el cliente, también logra una experiencia constructiva.

La comunicación efectiva debe incluir explicaciones claras sobre los procesos, opciones de pago flexibles y canales de atención accesibles.



A mayor servicio de calidad, más referencias positivas hacia la empresa.

¿Cómo medir la experiencia del cliente en la cobranza?

Más allá del feedback durante la interacción con el deudor, que es el principal indicador de experiencia durante y después de la interacción. Hoy en día existen diversas métricas para medir la experiencia, algunas recomendadas son:

- **Índice de Satisfacción Post-Interacción:** Encuestas posteriores a cada contacto que evalúan la calidad de la atención recibida.
- **Tasa de Resolución en Primer Contacto:** Mide la eficiencia del servicio y la capacidad de resolver problemas sin múltiples llamadas.
- **Indicadores de Tratamiento Digno:** Métricas específicas sobre el tono usado en las comunicaciones, el respeto a los acuerdos y la protección de datos personales.
- **Tiempo de Resolución:** El tiempo que toma resolver la situación del deudor, que impacta directamente su percepción del servicio.

Darle la vuelta: mejorando la reputación del sector

En el ámbito de la cobranza, la credibilidad se forja con el tiempo, a partir de cada interacción y cada proceso bien gestionado. Un indicador útil para evaluar esa imagen es la disminución de quejas formales ante las autoridades: cuando estas se reducen, refleja la evolución positiva tanto en las prácticas internas como en la percepción pública. Ahora bien, cuidar esa credibilidad no es tarea de una sola empresa ni de un solo momento. Se trata de un esfuerzo continuo y colaborativo.

El daño que han provocado las empresas fraudulentas afectan al sector entero y revertirlo, exige un compromiso genuino con la ética, la transparencia, la atención personalizada y la escucha activa.

Las empresas que apuestan por generar confianza obtienen un doble beneficio: por un lado fortalecen su desempeño financiero; por otro, impulsan una transformación sectorial que favorece el bienestar económico y la continuidad del flujo productivo en el país. En definitiva, proteger la reputación no es una estrategia de negocio sino una responsabilidad compartida que eleva los estándares dentro de todo el sector.

DEL PRIMER CONTACTO A LA RECUPERACIÓN: CÓMO LA COMUNICACIÓN INTELIGENTE TRANSFORMA EL CICLO FINANCIERO DEL CLIENTE

Con más de **10 años de experiencia en el mundo financiero**, Voices ha acompañado a bancos, financieras, retailers y operaciones de cobranza en la evolución de sus procesos de comunicación, aportando tecnología, automatización e inteligencia para conectar mejor con sus clientes en cada etapa del ciclo.

A través de **ChatBridge**, la **plataforma multicanal de Voices**, las instituciones pueden centralizar y orquestar canales como **SMS, RCS, WhatsApp Business, Email, Voz con IA y Contact Center**, para construir interacciones más oportunas, personalizadas y medibles.

Hoy, en un entorno donde la experiencia del cliente, la eficiencia operativa y la trazabilidad son cada vez más relevantes, el verdadero reto no está únicamente en comunicarse más, sino en hacerlo mejor: por el canal adecuado, en el momento correcto y con la inteligencia necesaria para generar resultados.

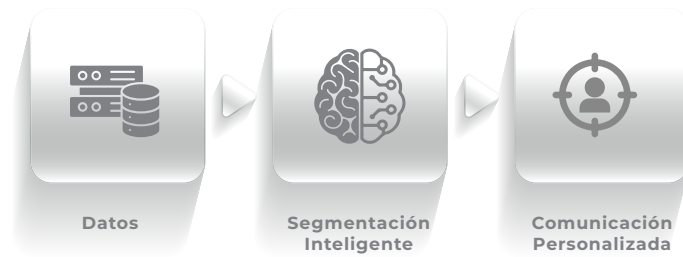


En la industria financiera, cada cliente recorre un ciclo. Todo comienza con una oferta, continúa con la vida diaria del producto, puede requerir acciones de retención y, en algunos casos, termina activando procesos de cobranza.

Durante años, muchas instituciones han gestionado estas etapas de forma aislada: marketing por un lado, servicio al cliente por otro, retención en otro frente y cobranza como un proceso independiente. Sin embargo, el verdadero reto está en conectar cada punto del recorrido con información, oportunidad y comunicación personalizada.

Ahí es donde Voices, a través de ChatBridge, permite acompañar a las instituciones a lo largo de todo el ciclo: desde la colocación hasta la recuperación.

ETAPA 1



Colocación:

Llegar al cliente correcto con el mensaje correcto

La colocación es el punto de partida. Es la fase donde las instituciones buscan atraer prospectos, evaluar su perfil y convertir una oportunidad en un cliente activo.

Pero no todos los clientes necesitan el mismo producto, ni todos responden al mismo canal. Por eso, una estrategia efectiva requiere combinar datos, segmentación y comunicación personalizada.

Desde **ChatBridge**, las instituciones pueden

activar campañas por **SMS, RCS, WhatsApp Business, Email o Voz con IA**, permitiendo que cada contacto reciba una oferta clara, oportuna y alineada a su perfil.

Además, durante la evaluación y onboarding, los canales conversacionales gestionados desde ChatBridge pueden facilitar la recolección de información, confirmación de datos, envío de documentos, notificación de aprobación y acompañamiento hasta la activación del producto.

El resultado es una colocación más ágil, medible y orientada a conversión.

ETAPA 2

Gestión:

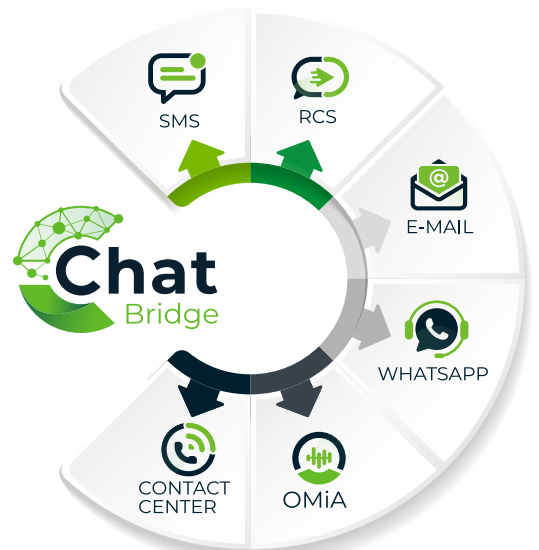
Mantener una relación activa durante la vida del producto

Una vez que el cliente ya cuenta con una tarjeta, crédito o cuenta, inicia una nueva etapa: la gestión diaria.

Aquí la comunicación deja de ser solo comercial y se vuelve operativa, transaccional y de servicio. Confirmaciones, alertas, recordatorios, promociones de uso, consultas, soporte y resolución de dudas forman parte de la experiencia cotidiana del cliente.

Con **ChatBridge**, Voces permite centralizar y automatizar estas interacciones a través de canales digitales y conversacionales, combinando mensajería, voz, atención asistida y automatización desde una misma plataforma multicanal.

Por ejemplo, una institución puede enviar alertas de seguridad por SMS, estados de cuenta por



Email, promociones personalizadas por RCS, atención inmediata por WhatsApp o llamadas automatizadas con Voz con IA para campañas específicas.

Así, cada interacción ayuda a **fortalecer la relación, aumentar el uso del producto y mejorar la experiencia del cliente.**

ETAPA 3

Retención:

Actuar antes de que el cliente se vaya

En el ciclo financiero, la retención ocurre cuando aparecen señales de abandono: menor uso del producto, falta de interacción, intención de cancelación o disminución en la actividad del cliente.

En lugar de reaccionar cuando ya es demasiado tarde, las instituciones pueden utilizar la comunicación inteligente para anticiparse.

Desde **ChatBridge**, es posible activar campañas para clientes inactivos, enviar beneficios personalizados, realizar encuestas de satisfacción, ofrecer alternativas de retención o generar llamadas automatizadas para entender el motivo de una posible cancelación.

Desde CHATBRIDGE, es posible activar campañas para




 Clientes inactivos


 Enviar beneficios personalizados


 Realiza encuestas de satisfacción


 Ofrecer alternativas de retención


 Generar llamadas automatizadas

La combinación de **WhatsApp Business, RCS, Email, SMS, Contact Center y Voz con IA**, orquestada desde ChatBridge, permite diseñar estrategias de retención más oportunas, menos invasivas y mejor alineadas al comportamiento del cliente.

Retener no solo significa evitar una baja. Significa **recuperar valor, fortalecer la relación y mantener viva la experiencia con la marca.**

ETAPA 4



Recuperación:

Automatizar la cobranza con control y trazabilidad

Cuando el comportamiento de pago falla, la comunicación se vuelve crítica.

La recuperación no debería iniciar únicamente cuando la mora ya avanzó. Un modelo más eficiente comienza desde el collect preventivo, con recordatorios oportunos antes del vencimiento, avisos de pago mínimo, fechas límite, ligas de pago y confirmaciones.

A través de **ChatBridge**, las instituciones pueden automatizar estos contactos mediante **SMS, WhatsApp Business, RCS, Email y Voz con IA**, generando una comunicación constante, personalizada y trazable.

En etapas de mora temprana o cobranza correctiva, la Voz con IA puede realizar llamadas automatizadas, identificar intención de pago, registrar compromisos, programar reintentos y escalar casos cuando sea necesario.

Además, para operaciones de campo, **SkyLogic** complementa la estrategia de recuperación al permitir gestionar rutas, validar visitas, capturar evidencia, geolocalizar actividades y dar visibilidad en tiempo real a la operación.

De esta forma, **la cobranza deja de ser solo una acción reactiva y se convierte en un proceso más inteligente, medible y controlado.**

UN CICLO CONECTADO, NO PROCESOS AISLADOS

El flujo lógico del cliente financiero puede resumirse así:

Colocación → Gestión → Retención → Recuperación

Pero más que una línea recta, se trata de un ciclo. Si la colocación es precisa, si la gestión mantiene al cliente activo y si la retención actúa a tiempo, la cobranza puede reducir su presión operativa.

Por el contrario, cuando cada etapa opera sin conexión, las áreas terminan trabajando de forma reactiva, con menor visibilidad y mayor carga manual.

La propuesta de Voices es integrar tecnología, datos y comunicación a través de ChatBridge, para que cada etapa del ciclo contribuya a la siguiente.

ChatBridge: la plataforma multicanal de Voices

ChatBridge es la plataforma multicanal de Voices que permite centralizar, automatizar y dar seguimiento a las interacciones con los clientes desde distintos canales de comunicación.

Dentro de **ChatBridge**, las instituciones pueden operar canales como:

- **SMS y RCS:**
Para campañas, alertas, recordatorios, notificaciones transaccionales y mensajes de alto alcance.
- **WhatsApp Business:**
Para atención conversacional, automatización de flujos, seguimiento, confirmaciones, soporte y comunicación personalizada.
- **Email:**
Para onboarding, estados de cuenta, documentos, comunicaciones formales, campañas de seguimiento y contenido informativo.
- **Voz con IA:**
Para llamadas automatizadas, recordatorios, validaciones, encuestas, confirmaciones, compromisos de pago y campañas de contacto masivo.
- **Contact Center:**
Para atención asistida, escalamiento a agentes humanos, seguimiento de casos y gestión de conversaciones que requieren intervención personalizada.

Con **ChatBridge** cada área de tu empresa deja de operar como un ente aislado y se convierte en

parte de un **ecosistema conectado**, donde la información generada en cada punto del proceso se captura, clasifica, almacena y analiza para estar disponible de forma inmediata para las demás áreas. Este flujo continuo de inteligencia no solo transforma la manera en que se toman decisiones, sino que lleva tu eficiencia operativa a niveles con los que ahora solo puedes soñar; eliminando retrabajos, reduciendo fricciones y habilitando la automatización de procesos mediante inteligencia artificial. El resultado es una operación más ágil, coordinada y estratégica, donde cada interacción suma valor y cada área impulsa el desempeño de la siguiente.

Voices: comunicación inteligente para todo el ciclo financiero

Con más de 10 años de experiencia, Voices acompaña a instituciones financieras, bancos de retail y operaciones de cobranza con soluciones de mensajería, voz, contact center, inteligencia artificial, geointeligencia y plataformas multicanal como ChatBridge.

Su ecosistema tecnológico permite diseñar estrategias hiperpersonalizadas, automatizar procesos, mejorar la trazabilidad y optimizar cada punto de contacto con el cliente.

Porque hoy, competir en el sector financiero no depende solo de ofrecer mejores productos. También depende de comunicarse mejor, en el momento correcto, por el canal adecuado y con la inteligencia necesaria para generar resultados.



VOICES: CONECTAMOS IDEAS, CONECTAMOS EL MUNDO.

Escanea para una evaluación personalizada de tus procesos sin costo y conoce hasta qué punto pueden llegar a optimizarse.

RESPONSABILIDAD SOCIAL



UN NUEVO PARADIGMA DENTRO DEL SECTOR DE COBRANZA

La comunicación efectiva como pilar fundamental

Como se ha revisado hasta este momento, la cobranza se ha transformado significativamente en los últimos años. Desde la introducción de herramientas digitales hasta códigos de ética que corresponden a las necesidades actuales en el contexto mexicano y global. Mientras esto sucede, este proceso está basado en la comunicación efectiva y el respeto mutuo no sólo entre la industria y deudores, sino internamente en el sector.

En México, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) ha establecido lineamientos claros que impulsan la comunicación de manera efectiva y respetuosa reconociendo que, ante tantos cambios culturales y sociales en la actualidad, la mejor forma de la recuperación de cartera y disminuir la morosidad en el país, no sólo consiste en la flexibilidad que se le pueda proveer a los deudores, sino también el lenguaje con el que se acerca esta solución.

La negociación efectiva no implica perder asertividad

Por el contrario, estudios de investigación académica demuestran que la comunicación empática aumenta significativamente las tasas de recuperación. Cuando los agentes de cobranza están capacitados para escuchar activamente y comprender la situación del deudor, puede ofrecer pagos viables que beneficien a ambas partes. La clave está en equilibrar la necesidad de la institución de recuperar los fondos con la capacidad del deudor. De esta manera se crean acuerdos realistas y sostenibles. Este enfoque no sólo favorece a la imagen de la empresa, también transforma de raíz lo que tradicionalmente era una relación adversaria o molesta a un proceso colaborativo de resolución de problemas.

De cobrar a generar un bienestar económico

Piénsalo así: Encaminar al deudor a cerrar un proceso de

venta en vez de directamente cobrarle, representa un cambio fundamental en cómo las instituciones perciben su relación con los clientes y viceversa. En lugar de tratar la recuperación de la deuda como un caso aislado, los enfoques modernos de cobranza consideran todo el contexto socioeconómico del deudor y el impacto a largo plazo de las prácticas de cobranza en el bienestar económico. La ética profesional en este contexto implica reconocer que los métodos de cobranza excesivamente agresivos puedan empujar a familias a dificultades financieras, afectando no sólo a los individuos sino también la estabilidad comunitaria y la confianza del propio consumidor.

Alejando un poco la lupa, desde una perspectiva macroeconómica, las prácticas de cobranza sostenibles contribuyen a la salud económica nacional. Cuando los deudores son tratados justamente y se les da la opción de pagos realistas, es más probable que reanuden sus actividades financieras, recuperando la capacidad de consumir bienes, servicios y pagar impuestos.

Tendencias a futuro: cobranza humanista e inclusiva

El futuro de la cobranza se posiciona hacia prácticas más humanistas que reconocen la dignidad del deudor como persona, no como un número en una cartera vencida. Esta transformación incluye la adopción de herramientas tecnológicas como las que hablábamos en artículos anteriores; herramientas que complementan -no sustituyen- al tiempo y juicio humano. Los mejores resultados se obtienen cuando la IA se utiliza para identificar patrones de comportamiento, preceder capacidad de pago y estrategias de contacto mientras el personal humano toma las decisiones finales considerando las circunstancias contextuales.

Por otro lado, la reducción de la morosidad mediante cobranzas sostenibles se ha convertido en objetivos prioritarios para instituciones financieras y reguladoras. El concepto de “cobranza sostenible” ha tomado mayor fuerza

Así, generamos un círculo virtuoso en el que se beneficia todo el sistema económico, el sector financiero desempeña un papel fundamental en la mantención de los ciclos de crédito se mantengan saludables y que el sobreendeudamiento no se convierta en un problema sistémico. Para llegar a ello, hay que empezar por reconocer estas características blandas que los asesores deben incluir en su perfil y ética profesional y por supuesto, el sector crear programas para impulsar capacitaciones orientadas a que todo esto pueda ser una realidad en el presente y futuro.

en los últimos años pues reconoce la necesidad de establecer mecanismos que permitan a los deudores ponerse al día sin comprometer su bienestar básico actual pero utilizando escalonamiento de pagos o periodos establecidos cuando las circunstancias lo requieren. Esta aproximación no solo mejora las tasas de recuperación a largo plazo, sino que también protege la reputación institucional y fortalece la confianza del público en el sistema financiero.

La Asociación de Profesionales de Cobranza (APCOB) trabaja activamente para elevar los estándares éticos y técnicos del sector, promoviendo certificaciones y mejores prácticas entre sus miembros. Este esfuerzo de profesionalización incluye la capacitación continua en habilidades interpersonales, el conocimiento del marco legal vigente y el desarrollo de competencias digitales que permitan a los especialistas desempeñarse efectivamente en un entorno tecnológico en constante evolución. Con estas acciones, el sector aspira a consolidarse en los próximos años como una industria más confiable y eficiente, ofreciendo un servicio que beneficia tanto a las instituciones financieras como a los deudores.



ÉTICA PROFESIONAL: PUENTE ENTRE LA TECNOLOGÍA Y LA REPUTACIÓN DE LA EMPRESA

Imagina que estás en la oficina y te escalan un caso crítico, un deudor que tiene una situación difícil y requiere un ajuste en su plan de pago, rápido comienzas a buscar soluciones de acuerdo a su situación personal y particular hasta encontrar una solución, ¿una IA hubiera realizado el mismo proceso mental que hiciste? seguramente hubiera encontrado una respuesta pero no hubiera llegado al mismo resultado que tú, esto por la falta de un factor muy importante: el factor humano.

El factor humano en la actualidad es clave en la industria de la cobranza

La inteligencia artificial puede segmentar carteras con mayor precisión y optimizar tiempos de respuesta. Sin embargo, ningún algoritmo puede reemplazar el juicio ético de un profesional que decide y sabe cómo comunicarse con una persona en una situación de vulnerabilidad o que maneja el caso donde un deudor enfrenta circunstancias extraordinarias. La ética profesional hoy en día, se erige como un puente indispensable entre la eficiencia tecnológica y la creación de confianza con los consumidores.

Según información del Banco de México (2025), las instituciones financieras que integran principios éticos en sus operaciones de cobranza reportan niveles superiores de retención de clientes y menor rotación de personal. Esto no es casualidad: cuando los cobradores operan con integridad, la percepción del deudor cambia radicalmente, pasando de ver la cobranza como una amenaza a considerarla como un proceso legítimo y justo.

Ahora, diversas empresas cuentan con códigos de ética que funcionan como brújulas en un territorio donde la tecnología avanza más rápido que las regulaciones. En México, diversas instituciones han desarrollado lineamientos que buscan equilibrar la eficiencia operativa con el respeto a los derechos de los deudores.

La Comisión Nacional de Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) **establece que todo deudor tiene derecho a un trato digno, independiente de su situación financiera.** Este principio, aunque simple en su formulación, implica consecuencias profundas para la práctica diaria: **ningún cobro puede realizarse mediante amenazas, acoso o prácticas engañosas.**

La Asociación de Profesionales en Cobranza y Servicios Jurídicos ha publicado su propio código de ética que incluye compromisos específicos como la confidencialidad de la información del deudor, la prohibición de prácticas discriminatorias y la obligación de



capacitar continuamente a los equipos de cobranza. Estos códigos representan la promesa pública de una industria hacia la sociedad. Te invitamos a leerlo en la página oficial.

Desde una perspectiva internacional, la Red Iberoamericana de Protección de Datos ha recomendado que las organizaciones implementen "comités de ética algorítmica" que supervisen las decisiones automatizadas y garanticen que los sistemas de IA respeten los principios fundamentales de dignidad humana.



La ética profesional genera mejores resultados

La ética no es sólo un imperativo moral; también es una estrategia de negocios rentable. Piénsalo así: diversos estudios y experiencias del sector demuestran que las prácticas éticas producen resultados positivos a largo plazo. Aquí te compartimos algunos consejos claves para generar a largo plazo una buena reputación desde la labor de la cobranza.

Recuperación sostenible versus cobro rutinario

El modelo actual de cobranza ha cambiado, ahora se prioriza la sostenibilidad de la relación con el cliente. En espacios híbridos (IA + factor humano) se reconoce el espacio para la atención personalizada en el reconocimiento de casos particulares (pérdidas de trabajo, problemas de salud, etc). Este enfoque combina eficiencia tecnológica con empatía, mejorando la experiencia del cliente, reduciendo quejas y posicionando a las empresas como líderes en cobranza ética. El tacto humano se convierte en herramienta para construir relaciones sostenibles.

Sensibilidad cultural

Cada deudor viene con una historia y situación diferente. Un cobrador preparado sabe que una madre que perdió su empleo requiere un trato diferente que un empresario con problemas de flujo de caja. La sensibilidad cultural implica adaptar el lenguaje, los tiempos y las opciones de

pago a la realidad específica de cada persona. No se trata de lástima o favoritismos, sino de entender que detrás de cada número hay una situación humana.

Transparencia en la comunicación

La receta es simple: comunicación horizontal y escucha activa. Los cobradores deben enviar estados de cuenta claros que incluyan monto, intereses, comisiones y opciones de negociación. Explicar, no amenazar. Cuando el deudor entiende exactamente lo que debe y por qué, la probabilidad de pago aumenta sin necesidad de llamadas agresivas. La claridad construye confianza; la oscuridad genera dudas y a largo plazo...quejas.

No se trata de dejar de cobrar, sino de cerrar un ciclo de venta.

Entenderlo es clave: sin confianza no hay cierre de venta

En un sector donde la confianza es el activo más valioso, la ética profesional se convierte en el puente de comunicación que define a las organizaciones verdaderamente comprometidas con sus clientes. El futuro de la cobranza en México no sólo requiere tecnología de punta: requiere profesionales que comprendan que detrás de cada número hay una persona, y que esa persona merece ser tratada con dignidad.

Directorio

Dirección Editorial



Presidente

Alan Ramírez Flores
presidente@apcob.mx

Director Editorial

Raymundo Rubio

Contenidos

Interia Agency

Redacción

Michelle Aidet Cortés Angulo

Arte y Diseño

Oswaldo Carrizales Sánchez
Isaac Raúl Rodríguez Mata

Ventas y Alianzas

Iván García | 55 4757 3727
Elizabeth Larios | 55 4275 9886

Sponsors

Págs. 10-11, 14-17

Las fotografías, ilustraciones y materiales gráficos utilizados en esta publicación se emplean con las licencias correspondientes. Queda prohibida su reproducción total o parcial sin autorización escrita del editor.

© 2026 Revista APCOB 360°. Todos los derechos reservados.

Revista APCOB 360° es una publicación digital dedicada a difundir temas de finanzas, cobranza y tecnologías. Las opiniones expresadas no necesariamente reflejan la postura de la Asociación.

En cumplimiento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, informamos que los datos personales recabados a través de formularios, suscripciones o comunicaciones electrónicas serán utilizados únicamente para fines informativos y de contacto relacionados con Revista APCOB 360°.

El contenido de esta revista puede compartirse con fines no comerciales, siempre que se cite la fuente y el enlace original.

Para colaboraciones, derechos de uso o permisos de reproducción, comuníquese a:
talento@interia.mx
repcion@apcob.mx

Valido hasta:
28/08/2026



FORMA PARTE DE NUESTRA RED DE PROVEEDORES

Y DISFRUTA DE LOS BENEFICIOS.



www.apcob.mx



convecob
2026 Convención Nacional
de Cobranza



CONOCE MÁS EN:
www.convecob.com



MIÉRCOLES 28 OCTUBRE

Centro
Banamex


@convecob.mx