REVISTA

convecob

DEFINIENDO EL FUTURO



ANÁLISIS DE CARTERA

LA FALSA TRANQUILIDAD DE UNA MOROSIDAD BAJA

Lo que una tasa no revela

IA Y TALENTO HUMANO PARA RECUPERAR CARTERA

COBRAR EN LA ERA DIGITAL

El papel de la IA y la confianza en el futuro de la cobranza

Directorio

Dirección Editorial

ASOCIACION DE PROFESIONALES EN COBRANZA Y SERVICIOS JURIDICOS AC

Presidente
Alan Ramírez Flores
presidente@apcob.mx

Director Editorial
Raymundo Rubio

Contenidos
Interia Agency

Redacción
Isaac Raúl Rodríguez Mata
Vania Ramírez Martínez

Arte y Diseño
Isaac Raúl Rodríguez Mata
Oswaldo Carrizales Sánchez

Ventas y Alianzas
Elizabeth Almazán | 55 4757 3727
Elizabeth Larios | 55 4275 9886

Sponsors
Págs. 04–05, 12–13, 16, 20–21, 24, 28, 33, 42–43, 46–47, 50–51, 54–55, 59, 62 y 67.

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 CONVECOB. Todos los derechos reservados.

Revista CONVECOB 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 CONVECOB.

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, comunícate a:
talento@interia.mx
recepcion@apcob.mx



Conectando ideas, transformando el futuro de la cobranza

Por Alan Ramírez Flores

La evolución de la industria de la cobranza nos invita a repensar nuestros modelos, adoptar nuevas tecnologías y, sobre todo, fortalecer las relaciones que nos permiten avanzar como sector. CONVECOB 2026 representa mucho más que una convención: es el punto de encuentro donde convergen la innovación, el conocimiento y la visión de quienes impulsan la transformación de nuestra industria en México e Iberoamérica.

En esta edición, reafirmamos nuestro compromiso de generar espacios de diálogo, colaboración y aprendizaje que permitan enfrentar los desafíos actuales, identificar oportunidades y construir soluciones que aporten valor a nuestras organizaciones. La inteligencia artificial, la digitalización y las nuevas expectativas de los consumidores están redefiniendo nuestra actividad. Sin embargo, estoy convencido de que el verdadero motor de esta transformación seguirá siendo el talento humano.

Agradezco a nuestros patrocinadores, conferencistas, aliados y participantes por hacer posible esta edición. Sigamos construyendo juntos una industria más innovadora, profesional, humana y preparada para el futuro.

Alan Ramírez Flores
Presidente APCOB

VOICES

Tecnología que transforma
cada interacción en una oportunidad

- **COLOCACIÓN**
- **SEGUIMIENTO**
- **RECUPERACIÓN**

Optimiza tu gestión de cobranza con soluciones tecnológicas que facilitan el contacto, automatizan la comunicación y agilizan el seguimiento de tus clientes.



CONECTAMOS IDEAS · CONECTAMOS EL MUNDO ·

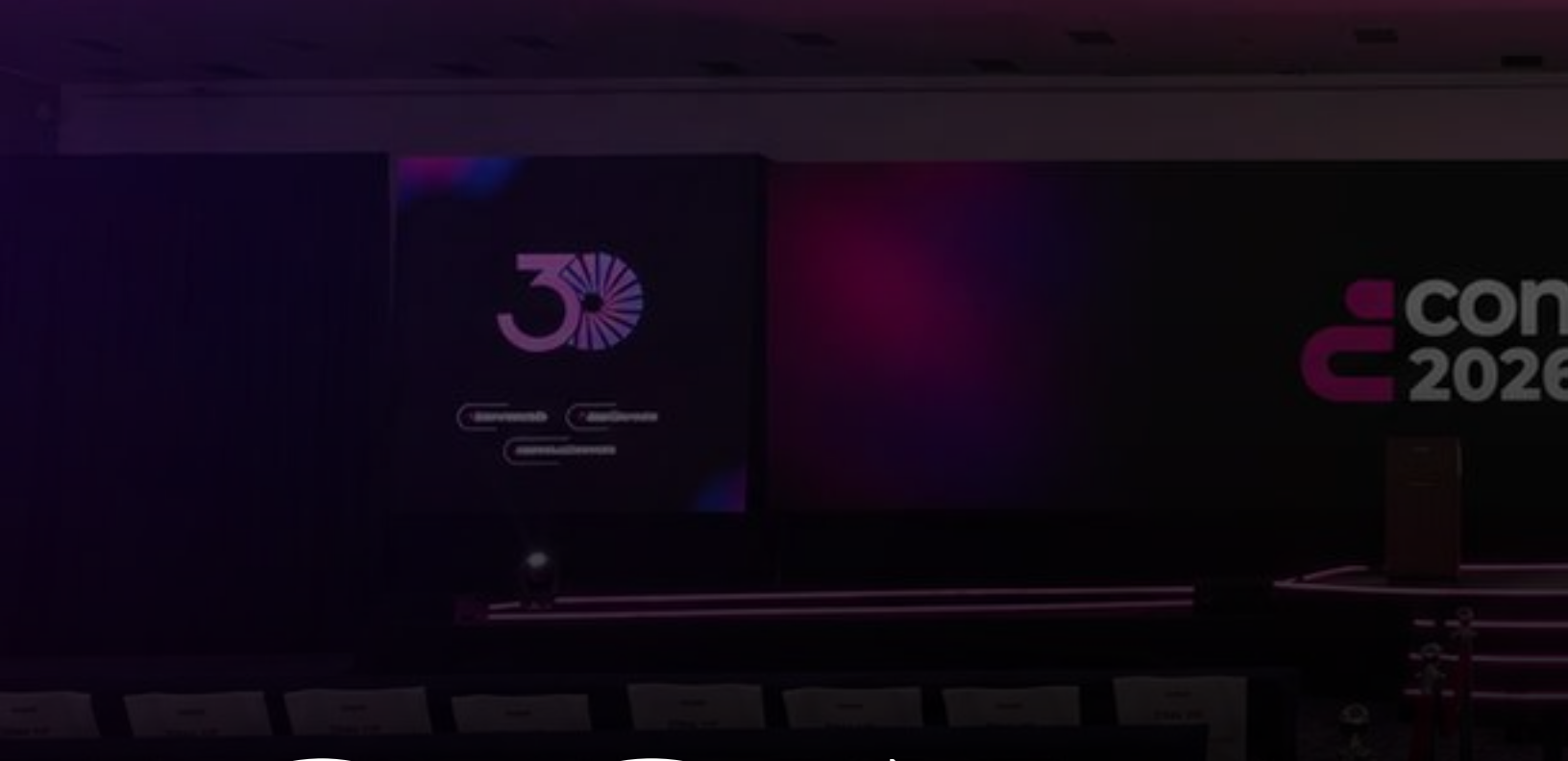
www.voices.com.mx

CONECTA • CONVERSA • RECUPERA





AGENDA UNA DEMO PERSONALIZADA



CONTE

02 **Directorio y legales**
Equipo, créditos e información editorial de esta edición.

03 **Mensaje del presidente**
Alan Ramírez Flores:conectando ideas y transformando el futuro de la cobranza

04 **Voices**
Tecnología para conectar colocación, seguimiento y recuperación.

08 **El espejismo de una morosidad baja**
Cuando el indicador mejora, pero el riesgo no.

10 **Oso Trava: Leading as One: liderando como uno**
Desarrollar talento y avanzar con un propósito compartido.

12 **Skylogic by Voices**
Información y seguimiento para la cobranza en campo.

14 **Por qué una promesa de pago puede ser inviable**
La diferencia entre tener ingresos y disponer del dinero.

16 **EAD**
Servicios especializados para la recuperación de cartera.

18 **Cobranza automotriz**
Acuerdos viables, recuperación y respeto por el cliente.

20 **Moonflow**
Inteligencia artificial y trazabilidad para gestionar la cobranza.

22 **La firma no es el resultado.**
El costo invisible de medir convenios en vez de pagos.

24 **Toku**
Pagos y agentes de IA para acompañar la cobranza.

26 **Adrián Alcalá: La confianza como activo**
Transparencia y protección de datos en la operación.

28 **Olos Hub**
Inteligencia artificial aplicada a las conversaciones del contact center.

30 **La reputación también se cobra**
La cobranza como una extensión de las marcas financieras.

33 **Layer7**
Conectividad y automatización para ampliar el contacto.

34 **Álvaro Gordoa: El poder de la imagen pública**
La coherencia cotidiana que construye una reputación.

36 **El costo de parecer productivos**
La capacidad oculta que consume la cobranza.

38 **Juan Leal de Ibarra: El último paso de la cobranza**
Cómo facilitar el paso de la promesa al pago.



ENIDO

40 **Felipe Ojeda: La cobranza es masiva y debe ser personal**
Comprender cada cuenta para orientar mejor la gestión.

42 **COPERVA**
Quince años de cobranza con talento y tecnología.

44 **Una deuda, tres saldos**
La falla de datos que puede destruir la confianza.

47 **Belvo**
Conexiones de datos y pagos para el ecosistema financiero.

48 **Recuperar más no prueba que su estrategia sea mejor**
Comparar resultados antes de escalar una inversión.

50 **Taurus Next**
Canales, datos e IA en un mismo ecosistema.

52 **La IA que impresiona en una demo puede fracasar en cobranza**
Precisión, límites y costos antes de automatizar.

54 **IPCOM**
Empleados digitales conectados con sistemas y equipos humanos.

56 **Erika Ugarte y Thiago Gonçalves: La tecnología cobra valor**
De las pruebas de IA a los resultados operativos.

58 **David Modiano: El nuevo modelo de cobranzas: Contact Centers Híbridos**
Tecnología y criterio humano para acompañar cada interacción.

59 **Net2phone**
Soluciones de contacto y asistencia con inteligencia artificial.

60 **Confianza bajo contrato**
Identidad, datos y prevención de fraude en el crédito.

62 **Kit by Voximplant**
Automatización y seguimiento para recuperar cartera.

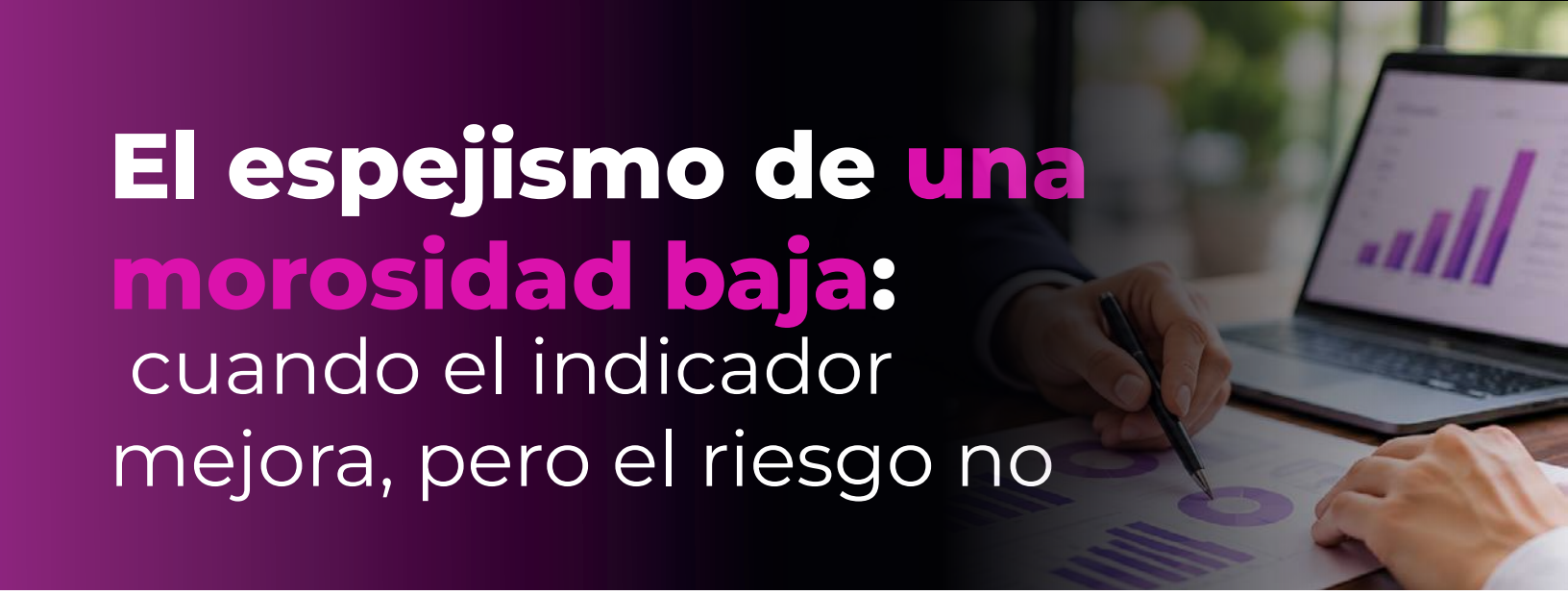
64 **Marcus Dantus: Innovar en industrias tradicionales**
Convertir los retos del negocio en oportunidades de innovación.

67 **Colektia**
Agentes de IA aplicados a la operación de cobranza.

68 **Gracias por ser parte**
Las marcas que hicieron posible este encuentro.

70 **Así se vivió CONVECOB**
Los espacios y momentos que marcaron esta edición.

El espejismo de una morosidad baja: cuando el indicador mejora, pero el riesgo no



El porcentaje que tranquiliza al consejo puede estar ocultando un deterioro que todavía no se refleja en los resultados. La tarea de la alta dirección es entender los movimientos de la cartera, no admirar el promedio.

La pregunta que falta en el comité

El índice de morosidad cae de 5% a 4%. En la presentación ejecutiva, la flecha es verde y el mensaje parece inequívoco: la cartera mejoró. Sin embargo, supongamos que el saldo problemático continúa en cinco millones de pesos y que la cartera total creció de 100 a 125 millones. El porcentaje disminuyó por el aumento del denominador, no porque se recuperara un peso adicional. Es un ejemplo hipotético, no una fórmula regulatoria.

El caso ilustra una falla de gobierno: confundir el movimiento de una razón financiera con una mejora del activo subyacente. Las nuevas originaciones pueden diluir temporalmente el peso relativo de la mora; los castigos y las ventas de cartera también alteran la fotografía. Ninguno de esos movimientos debe registrarse como efectivo cobrado si no lo es.

De una fotografía a una película

Para conocer la exposición real hay que leer entre líneas: créditos originados en un mismo periodo, observados a igual edad. Una cartera joven y otra que atravesó varios vencimientos no son comparables por una sola tasa agregada. Conviene identificar cuánto saldo entró en mora temprana, cuánto migró a tramos más severos, cuánto volvió a corriente mediante pagos y cuánto salió por razones contables.

En su Reporte de Estabilidad Financiera de junio de 2026, Banco de México distinguió comportamientos diferentes entre segmentos del crédito empresarial: una lectura favorable del agregado no supone que todos los acreditados enfrenten el mismo riesgo. La lección para un comité no es copiar el diagnóstico del sistema, sino exigir segmentación de su propio portafolio.

MISMO SALDO PROBLEMÁTICO, DISTINTA PROPORCIÓN

Ejemplo hipotético. No es un cálculo regulatorio.

Antes	Después
Cartera total: $100 millones	Cartera total: $125 millones
Saldo problemático: $5 millones	Saldo problemático: $5 millones
5%	**4%**

La cartera crece; el saldo problemático no disminuye



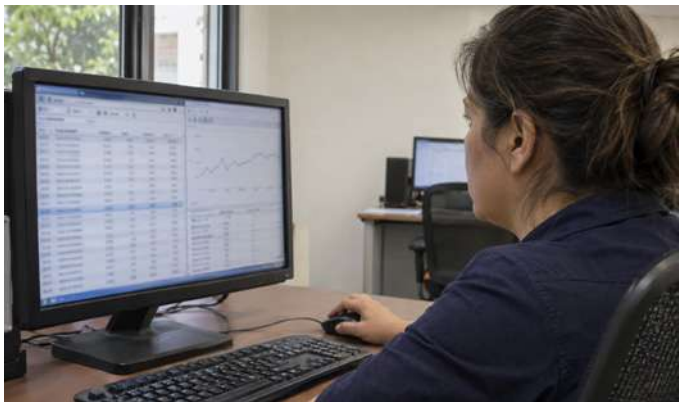
La métrica que sí cambia una decisión

Un tablero más útil incorpora cuatro vistas vinculadas: saldo vencido absoluto, transiciones de atraso, recuperación neta de costos y concentración de resultados extraordinarios. Si el deterioro se origina en créditos recientes, el director de Riesgos debe mirar originación y criterios de aprobación. Si se concentra en cuentas antiguas, el director de Cobranza debe evaluar priorización, canales y propuesta de solución. Si la aparente mejoría proviene de castigos, el director Financiero necesita explicar el puente contable.

El Informe sobre la Estabilidad Financiera Mundial del FMI de octubre de 2026 plantea que las vulnerabilidades pueden coexistir con indicadores agregados de resiliencia. Aplicado a la gestión de cartera, ese principio obliga a mirar debajo del promedio. No significa que el FMI haya medido el desempeño de un despacho mexicano.

La decisión para 2027

El siguiente comité de cartera debería empezar con una pregunta: «¿Qué parte de la mejora se explica por cobros y qué parte por cambios en el universo medido?». Si nadie puede contestarla, todavía no hay evidencia para ampliar presupuesto, premiar una estrategia o elevar el apetito de riesgo. La disciplina ejecutiva no consiste en mostrar más KPIs, sino en hacer explícito qué decisión cambia cuando uno se mueve.



La idea que debe llegar al comité

Solicita un puente mensual entre saldo inicial, nuevas entradas en atraso, pagos, castigos, ventas y saldo final, desglosado por individual. Sin ese puente, una tasa sola **no justifica decisiones**.

FUENTES Y ALCANCE

Banco de México (junio de 2026), Reporte de Estabilidad Financiera. https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/reportes-sobre-el-sistema-financiero/%7B86FBB07E-F883-0A38-2110-3C736DB0760E%7D.pdf

FMI (octubre de 2026), Global Financial Stability Report: Resilience, Risk, and Transformation. https://www.imf.org/en/publications/gfsr/issues/2026/10/13/global-financial-stability-report-october-2026/



OSO TRAVA

Considerado una de las figuras más influyentes del ecosistema emprendedor en Latinoamérica, Oso Trava es ingeniero y cuenta con un MBA por la Universidad de Stanford. Es fundador de Cracks Fund, CEO de dos empresas, inversionista en Shark Tank México y creador de Cracks Podcast, que supera los 100 millones de descargas.

Es autor de *Haz lo que importa*, *Tácticas de cracks* y *Construye un negocio atómico*, obras en las que combina visión estratégica con herramientas para generar un impacto real. Reconocido por Expansión y Forbes como uno de los líderes más prometedores, enfoca su trabajo en la innovación, el liderazgo y el crecimiento con propósito.

“LEADING AS ONE: LIDERANDO COMO UNO”

La colaboración no surge por decreto. Requiere un rumbo compartido, autonomía y líderes capaces de desarrollar a otras personas.

La evolución de la industria exige herramientas y estrategias, pero también equipos que puedan responder de manera coordinada. En CONVECOB 2026, Oso Trava abordó esta dimensión durante su conferencia «Leading as One: liderando como uno», centrada en el liderazgo y el propósito compartido.

Una de las ideas que permite desarrollar esta propuesta es que liderar no significa concentrar todas las decisiones. Un equipo que depende siempre de la misma persona limita su capacidad de respuesta. En cambio, cuando sus integrantes cuentan con claridad, recursos y responsabilidad, las soluciones pueden surgir desde distintos niveles.

El propósito compartido conecta las tareas con un objetivo que todos comprenden. En cobranza, esa coordinación involucra a la operación, los equipos de tecnología, la estrategia, la calidad y el talento humano. Cada función aporta una parte del resultado y necesita entender cómo se relaciona con las demás.

El liderazgo efectivo también implica escuchar y remover obstáculos. Identificar qué impide trabajar mejor, facilitar herramientas y reconocer la experiencia de quienes conocen los procesos permite aprovechar capacidades que de otro modo permanecen subutilizadas.

La reflexión que deja esta participación es relevante para organizaciones en transformación: el liderazgo se mide también por las condiciones que crea para que otros crezcan. Avanzar como uno no significa pensar igual, sino coordinar talentos diferentes hacia una meta común.

SKYLOGIC
BY VOICES

EL DESAFÍO INVISIBLE: LA COBRANZA EN CAMPO

¿CÓMO OBTENER MÁS VISIBILIDAD, MEJORES DECISIONES Y UNA OPERACIÓN BAJO CONTROL?



En **Voices llevamos más de 10 años siendo parte de la transformación tecnológica del sector financiero,** un sector en el que, durante los últimos años, ha cambiado la manera en que las instituciones gestionan sus procesos de cobranza.
La automatización de llamadas, los canales digitales y las herramientas de análisis han permitido desarrollar estrategias de recuperación cada vez más eficientes.

Sin embargo, mientras gran parte de la operación avanza hacia la digitalización, existe un frente que continúa representando importantes desafíos: **la cobranza en campo.**

A diferencia de las actividades que se realizan desde una oficina, la gestión en campo implica coordinar equipos distribuidos en distintas ubicaciones, organizar recorridos y dar seguimiento a numerosas visitas durante una misma jornada.

Pero ¿qué sucede cuando no se tiene claridad sobre las actividades realizadas, los recorridos de los gestores o el avance de las visitas programadas?

Esta falta de visibilidad puede generar **puntos ciegos que dificultan la supervisión,** afectan la coordinación y limitan la capacidad de respuesta de las instituciones.

El reto de gestionar lo que sucede fuera de la oficina

En una operación de cobranza, **cada visita representa tiempo, recursos y una oportunidad de recuperación.** Sin embargo, los recorridos poco eficientes, la falta de seguimiento y los registros manuales pueden generar retrasos y dificultar la evaluación de los resultados.

Durante años, muchas operaciones han dependido de reportes elaborados al finalizar la jornada. Aunque estos mecanismos siguen siendo importantes, las necesidades actuales demandan información más oportuna para identificar problemas y realizar ajustes durante la operación.

En **Voices entendemos la importancia de contar con tecnología que conecte la planeación con la ejecución,** facilitando el seguimiento de los equipos y el análisis de sus actividades. Porque una operación eficiente comienza cuando se tiene claridad sobre lo que sucede en campo.

SKYLOGIC

Inteligencia para la gestión en campo

En Voices entendemos que una cobranza eficiente necesita herramientas que acompañen a los equipos más allá de la oficina.

Por ello, desarrollamos **Skylogic, una solución de geointeligencia** diseñada para facilitar la planeación, el monitoreo y el seguimiento de todas las actividades en campo.

A través de una plataforma tecnológica y una aplicación móvil, Skylogic ayuda a las organizaciones a coordinar sus equipos, optimizar recorridos y contar con información que respalde sus decisiones.
Su propósito es brindar **mayor visibilidad sobre la operación** y facilitar una gestión más organizada, eficiente y medible.



Tecnología que transforma la operación en campo

Skylogic integra funcionalidades diseñadas para facilitar el trabajo de los administradores y gestores, fortalecinedo la supervisión de las actividades

RUTAS INTELIGENTES
Facilitan la planeación de recorridos considerando distancias y tiempos estimados, para aprovechar mejor los recursos.

GEOLOCALIZACIÓN Y MONITOREO
Permiten dar seguimiento a las actividades de los equipos en campo y mejorar la coordinación operativa.

OPERACIÓN CON O SIN INTERNET
La aplicación móvil permite continuar trabajando incluso en zonas sin conexión.

REGISTRO Y VALIDACIÓN DE VISITAS
Facilitan la captura de información y evidencias para fortalecer la trazabilidad de las actividades.

REPORTES Y ANÁLISIS
Brindan información histórica y de desempeño por cliente, equipo o gestor para identificar oportunidades de mejora.

Cobranza 360°: tecnología dentro y fuera de la oficina

Actualmente, una estrategia de cobranza requiere diferentes formas de contacto y seguimiento. Un cliente puede recibir un recordatorio por SMS, continuar una conversación por WhatsApp o atender una llamada automatizada. Sin embargo, existen situaciones en las que también se necesita una visita presencial.

En Voices, nuestra visión de Cobranza 360° contempla soluciones tecnológicas para acompañar diferentes etapas del proceso de recuperación. Mientras nuestras herramientas de comunicación fortalecen el contacto mediante canales digitales y automatizados, Skylogic complementa esta estrategia llevando la tecnología a la gestión de actividades en campo. Así, las instituciones pueden apoyarse en distintas soluciones para responder a las necesidades de su operación, desde la comunicación con sus clientes hasta el seguimiento de las visitas presenciales.

De la información a mejores decisiones

Contar con información sobre los recorridos, las visitas realizadas y el desempeño de los equipos permite identificar áreas de oportunidad y mejorar la distribución de recursos.

Con Skylogic, las organizaciones pueden avanzar hacia una gestión más organizada, en la que la planeación, el monitoreo y el análisis contribuyan a una operación más eficiente.

En Voices, continuamos desarrollando soluciones que responden a los desafíos del sector de crédito y cobranza, combinando tecnología con un profundo conocimiento de sus necesidades operativas.
Porque mejorar la cobranza no siempre significa hacer más, sino contar con las herramientas necesarias para hacerlo mejor.

Transforma tu operación en campo con **Skylogic**

VOICES
www.voices.com.mx

Por qué una promesa de pago puede ser inviable

incluso cuando el cliente tiene ingresos

Los acuerdos se negocian sobre montos mensuales, pero fracasan en días concretos. Para reducir incumplimientos, la cobranza necesita comprender el calendario de liquidez, no únicamente la voluntad del deudor.



La diferencia entre ingreso y dinero disponible

Un cliente declara ingresos por $12,000 pesos al mes, repartidos en dos depósitos de $6,000. Sus gastos indispensables suman $9,000 pesos y otras obligaciones, $1,000. Sobre el papel dispone de $2,000 pesos. Pero si al recibir el primer depósito debe cubrir $5,500 pesos de gastos inmediatos, solo conserva $500 pesos para esa fecha. Una cuota de $1,500 genera un faltante de $1,000. La cifra mensual nunca fue falsa; la negociación ignoró el tiempo. Este ejemplo es hipotético.

La distinción tiene implicaciones comerciales. Una promesa registrada puede inflar el indicador de actividad y adelantar expectativas de flujo para el acreedor, incluso cuando el primer vencimiento ya nace sin respaldo.

La liquidez es un problema de diseño

Antes de fijar montos y fechas, el asesor necesita saber qué ingresos son recurrentes, cuáles dependen de comisiones o ventas y qué gastos indispensables tienen vencimientos rígidos. No implica solicitar datos excesivos: implica obtener únicamente información pertinente, con controles de privacidad y una explicación clara de su uso.

El Consumer Finance Risk Monitor 2026 de la OCDE, construido a partir de perspectivas de 60 jurisdicciones y datos principalmente de 2025, identifica el endeudamiento y el costo de vida entre los riesgos que afectan a consumidores financieros. No mide por sí mismo a los deudores mexicanos, pero refuerza una consideración: el margen disponible puede ser más volátil de lo que indica el ingreso promedio.



Probar el acuerdo antes de firmarlo

Un convenio robusto se somete a una prueba sencilla: ¿qué ocurriría si el segundo ingreso llegara siete días tarde? Si una comisión disminuyera, ¿qué parte del calendario seguiría siendo pagable? Las respuestas deben diferenciar recursos comprobados, declaraciones del cliente y supuestos pendientes.

La dirección puede formalizar tres controles: relación entre fecha de cobro e ingreso previsto; registro del origen y grado de certeza de los fondos; y ruta autorizada para ajustar un acuerdo antes de que nazca incumplible. Cambiar el vencimiento puede solucionar un desfase, pero no subsana una insuficiencia estructural ni sustituye las condiciones contractuales.

Lo que debe aprender la operación

La métrica de calidad no debería limitarse al número de promesas obtenidas. Es más revelador observar qué proporción llega al primer pago, cómo se comporta durante los siguientes vencimientos y qué motivos explican los incumplimientos. El FMI advirtió en su informe de octubre de 2026 que los hogares con menor colchón de liquidez pueden ser más vulnerables a perturbaciones. Esta es una referencia macroeconómica, no una regla de aprobación para México.

Una promesa viable protege la confianza del cliente y el pronóstico del acreedor. Negociar mejor puede significar prometer menos hoy para cobrar de forma más consistente después.

Negociar mejor puede significar prometer menos hoy para cobrar de forma más consistente después.



FUENTES Y ALCANCE

OCDE (2026), Consumer Finance Risk Monitor 2026, resumen ejecutivo. https://www.oecd.org/en/publications/consumer-finance-risk-monitor-2026_61f7dbe0-en/full-report/executive-summary_a1c24307.html

FMI (octubre de 2026), Global Financial Stability Report, cap. 1. https://www.imf.org/en/publications/gfsr/issues/2026/10/13/global-financial-stability-report-october-2026/

EAD BPO

@eadmexico

RECUPERACIÓN ESPECIALIZADA DE CARTERA

SOMOS UN BPO con miras al futuro, nuestros procesos evolucionan de la mano con la IA, buscando en todo momento que sean precisos y eficientes.



SERVICIOS

- Cobranza: Preventiva, judicial y extrajudicial
- Cobranza Híbrida de alto impacto: **D2D NACIONAL**
- Campañas de venta
- Atención a clientes
- Soluciones a la medida

1er - 2do
Lugar en Ranking con el **90%** de nuestros clientes

Rotación Menor
<10%

1,500+
Posiciones activas en operación

COBERTURA NACIONAL
Telefónica + Gestores en campo

CONTACTO

RODOLFO OLIVARES
Socio Director
rolivares@audetc.com
55-7904-3730

SANTIAGO RODRIGUEZ
Director comercial
srodriguez@audetc.com
55-51045609

www.audetc.com

EAD BPO

AGENDE UNA SESIÓN DE **30 MIN** PARA ESTIMAR EL POTENCIAL DE MEJORA **EN RECUPERACIÓN** DE SU CARTERA

CONOCE A NUESTROS PROVEEDORES CERTIFICADOS



Proveedor PLATINO

NeoRed

CONTACTO:

info@neored.com.mx

neored.com/neomailing

55 3330 1515



Proveedor ORO

PAKMAIL (MR)

CONTACTO:

ltoron@pakmail.com.mx

echegaray.pakmail.com.mx

55 4602 4173

Con la participación de: amfe

COBRANZA AUTOMOTRIZ

Cuando la ética y resultados deben avanzar en el mismo carril.

Los compromisos de pago deben responder al producto, al contexto del usuario y a las condiciones reales de recuperación.

El financiamiento automotriz no puede tratarse como una cartera uniforme. Crédito, autofinanciamiento, arrendamiento y suscripción implican condiciones distintas, y el vehículo puede formar parte esencial de la movilidad o del trabajo de una persona. Estas particularidades fueron parte de la conversación del panel de cobranza automotriz en CONVECOB 2026, con la participación de la Asociación Mexicana de Entidades Financieras Especializadas (AMFE).

El encuentro reunió a Andrés de la Parra, de Grupo SICREA y Presidente de AMFE; Rafael Portillo, de ClikAuto Mobility; y Daniel Castro, de Toyota Financial Services México. La discusión vinculó recuperación, ética y preservación de la relación con el cliente.

Un atraso puede responder a un desfase temporal de ingresos, a un cambio económico persistente o a una dificultad específica del contrato. Distinguir esas causas permite orientar mejor las alternativas. El acuerdo debe reflejar montos y fechas plausibles; registrar una promesa difícil de cumplir no equivale a solucionar el problema.

Los canales digitales son útiles para recordatorios y gestiones sencillas, mientras que las situaciones complejas pueden requerir intervención humana. En ambos casos, explicar saldos, condiciones y siguientes pasos ayuda a reducir confusiones.

El desempeño debe medirse con algo más que el monto recuperado: cumplimiento sostenido, reincidencia en mora, claridad de la información e incidencias de atención también importan. La conclusión para el sector es clara: una recuperación sólida combina conocimiento del producto, criterios financieros y respeto por el cliente.





ANDRES DE LA PARRA

Presidente · AMSOFAC

Grupo SICREA

Director General de Grupo SICREA desde 2020 y Presidente de la Asociación Mexicana de Entidades Financieras Especializadas (AMFE). Tiene más de 35 años de experiencia en el sector financiero.

Ha ocupado posiciones directivas en NR Finance México, Nissan Motor Acceptance Corporation y BMW Financial Services. Su experiencia abarca productos financieros y seguros, financiamiento al consumo y líneas de crédito para empresas.

ClikAuto

RAFAEL PORTILLO

Director General · ClikAuto Finance

Ejecutivo con trayectoria en financiamiento y arrendamiento automotriz. Fue Director General de NR Finance México y Anzen Broker, como parte de su recorrido en la dirección de negocios financieros vinculados con la adquisición de vehículos.

Cuenta con formación ejecutiva en IPADE Business School y diplomados en Finanzas por el ITAM y en Contact Center por el Instituto Mexicano de Teleservicios





TOYOTA FINANCIAL SERVICES

DANIEL CASTRO

Director de Cobranza · Toyota Financial Services México

Desarrolla su trayectoria profesional en Toyota Financial Services México, con antecedentes relacionados con cobranza y recuperación, atención al cliente y operaciones de financiamiento automotriz.

Su recorrido reúne en distintas etapas de la operación financiera automotriz, desde la atención y administración del crédito hasta la recuperación de cartera.

Moonflow

Moonflow impulsa la cobranza con IA en México



Bancos, fintech y despachos de cobranza pueden conectar su operación en un solo CRM, desde agentes de cobranza con IA hasta una aplicación para gestores de campo.

Un mercado que exige otra forma de cobrar

El crecimiento de las fintech y del crédito digital cambió las expectativas de los usuarios sobre cómo, cuándo y por qué canal quieren ser contactados. Bancos, financieras y despachos de cobranza deben mejorar la contactabilidad, contener la mora temprana y controlar sus comunicaciones según las reglas de CONDUSEF y PROFECO.

Moonflow amplía su oferta de agentes con IA. Tiene a México como su principal mercado y atiende a más de 200 empresas en Latinoamérica, entre ellas Yotepresto, Banco Ripley, Albo y Banco BCI. Sus fundadores, Facundo Turconi (CEO) y Alejandra Cabo (CFO/CMO), plantean integrar datos, canales y pagos para tener una visión completa de la cobranza.

Una plataforma modular

Cada organización puede elegir los módulos que necesita. Moonflow sitúa la IA en el núcleo de su arquitectura para apoyar tanto la gestión humana como la automatizada.

01 CRM de cobranza

Centraliza clientes, estrategias, contactabilidad, automatizaciones, promesas de pago y métricas en tiempo real. Se conecta vía MCP con ChatGPT, Claude o Gemini.

02 Agentes de cobranza con IA

Gestionan conversaciones y negociaciones por llamada, WhatsApp, SMS y correo. Registran cada interacción y respetan los límites de cada institución.

03 App de cobranza de campo

Los gestores consultan asignaciones, registran visitas y actualizan resultados desde el celular. El CRM permite seguir su ruta en tiempo real.

04 Machine Learning y monitoreo

Analiza el historial de comunicación para optimizarla de forma autónoma. El monitor mide el desempeño de cada canal y detecta problemas de contactabilidad.

05 Copiloto

Ofrece contexto y recomendaciones a los agentes humanos durante la gestión.

06 Integraciones de pago y datos

Conectan la gestión con las promesas de pago y con los pagos efectivamente realizados.

Moonflow

Resultados reportados

Cifras reportadas por Moonflow sobre los resultados de sus clientes.

Hasta **90%** de reducción en gastos operativos de cobranza	Hasta **30%** de aumento en contactabilidad	Hasta **19%** de disminución en mora temprana

Yotepresto

«Integrar la inteligencia artificial de Moonflow nos dio muy buenos resultados, mejorando la contactabilidad en más del 30%».

Luis Ruvalcaba · Collection Manager

Albo

«No solo nos da multicanalidad total, sino que nos permite conocer el estado de todos los canales de comunicación y la contactabilidad de nuestros clientes de manera 100% precisa y automática».

Luis Javier Jiménez · gerente de Cobranza

Banco BCI

«Es una plataforma totalmente trazable y esto también nos permite tener los KPIs y métricas que nosotros necesitamos mapear y monitorear el 100% de nuestra cartera».

Valeria Pérez Paz · jefa de Medios de Pago y Cobranza

Trazabilidad en la cobranza

En México, las disposiciones regulatorias establecen obligaciones sobre la identificación de los gestores, los horarios de contacto, el trato a los usuarios y la protección de datos personales. Moonflow afirma que su CRM permite rastrear el 100% del historial de gestiones, comunicaciones y promesas de pago.

Para Facundo Turconi, es indispensable poder reconstruir quién contactó al cliente, cuándo, por qué canal, con qué mensaje y con qué resultado. Alejandra Cabo destaca el reto de centralizar la gestión, medir resultados y reducir riesgos en cada tramo de mora.

Crecimiento regional

Gloria Urueña, quien ha acompañado la expansión regional de Moonflow, señala que la IA está impulsando una nueva etapa en la industria de la cobranza.

La apuesta de Moonflow es conectar mejor la información, anticipar el comportamiento de pago y ajustar la estrategia conforme cambian las necesidades de los usuarios y de la operación.



Moonflow en CONVECOB

La firma no es el resultado:

el costo invisible de medir convenios en vez de pagos

Una organización puede celebrar miles de acuerdos y seguir sin transformar su flujo de recuperación. El reto es gestionar el desempeño de cada convenio desde su viabilidad hasta el último vencimiento.

El incentivo equivocado

Un reporte destaca el crecimiento mensual en convenios formalizados. Parece un avance comercial, pero falta la pregunta decisiva: ¿cuántos iniciaron pagos y cuántos se sostuvieron? Cuando el principal incentivo es obtener firmas, una operación corre el riesgo de acordar fechas inadecuadas, estirar plazos sin sustento o registrar compromisos que solo mejoran el tablero del mes.

Considera dos situaciones hipotéticas. En la primera, se reduce una cuota ampliando el plazo, sin corroborar el flujo que la pagará. En la segunda, el vencimiento se ajusta a un ingreso recurrente y la oferta queda documentada. Los dos expedientes suman un convenio; el riesgo económico que contienen es distinto.

Qué debería contar un CFO

El indicador útil es una curva de cumplimiento por cohorte de firma. El primer punto registra convenios acordados; el segundo, pagos iniciales efectivamente recibidos; los siguientes, continuidad, reestructuraciones adicionales y liquidaciones. Comparar convenios de igual antigüedad evita penalizar a los más recientes o favorecer a los que llevan más tiempo en observación.



Conviene distinguir tres eventos que suelen mezclarse: incumplimiento por falta de recursos, error de ejecución del acreedor y modificación legítima del acuerdo. Una condición mal cargada en el sistema puede provocar el mismo síntoma que una promesa rota, pero requiere una solución completamente diferente.

¿DOS FIRMAS SIGNIFICAN LO MISMO?

Comparación de dos situaciones hipotéticas.

CONVENIO A	CONVENIO B
Cuota menor mediante un plazo mayor	Vencimiento alineado con un ingreso recurrente
Respaldo al autorizar: **Flujo de pago sin corroborar**	Respaldo al autorizar: **Oferta documentada**

Ambos suman un convenio; ***sus fundamentos son distintos.***

Estos datos no demuestran cumplimiento: todavía hay que observar los pagos.

El convenio también es una obligación de claridad

En México, la información pública del REDECO de CONDUSEF establece parámetros para documentar acuerdos de pago, negociación y reestructuración, incluidos conceptos como quitas, aplicación de importes y efectos sobre el adeudo. El texto específico aplicable debe contrastarse con la regulación y el tipo de entidad. Más allá del cumplimiento formal, esto tiene una lógica empresarial: si el cliente, el despacho y la institución interpretan diferentes condiciones, crecen las aclaraciones y se erosiona la probabilidad de continuidad.

La OCDE, en el Consumer Finance Risk Monitor 2026, aborda riesgos de conducta y protección del consumidor en el ciclo del crédito. Trasladado a la cobranza, implica no separar recuperación de claridad y trato. Es una interpretación operativa de la publicación, no un porcentaje de éxito reportado por la OCDE.

El aprendizaje para la dirección

Un programa de convenios necesita dueño después de la firma: responsables de comunicación, carga de condiciones, conciliación, alertas de incumplimiento y revisión de alternativas. Un tablero sin esa trazabilidad dice cuántas negociaciones comenzaron, no cuántas soluciones funcionaron.

El consejo debería recibir menos celebración por acuerdos firmados y más evidencia de conversiones a pago, continuidad y costo de seguimiento. Ahí aparece la calidad real de una estrategia de recuperación.

La idea que debe llegar al comité

Cambia el informe mensual de convenios firmados por un embudo de cuatro etapas: firma, primer pago, continuidad y liquidación; muestre también incidencias y costos por cohorte.



FUENTES Y ALCANCE

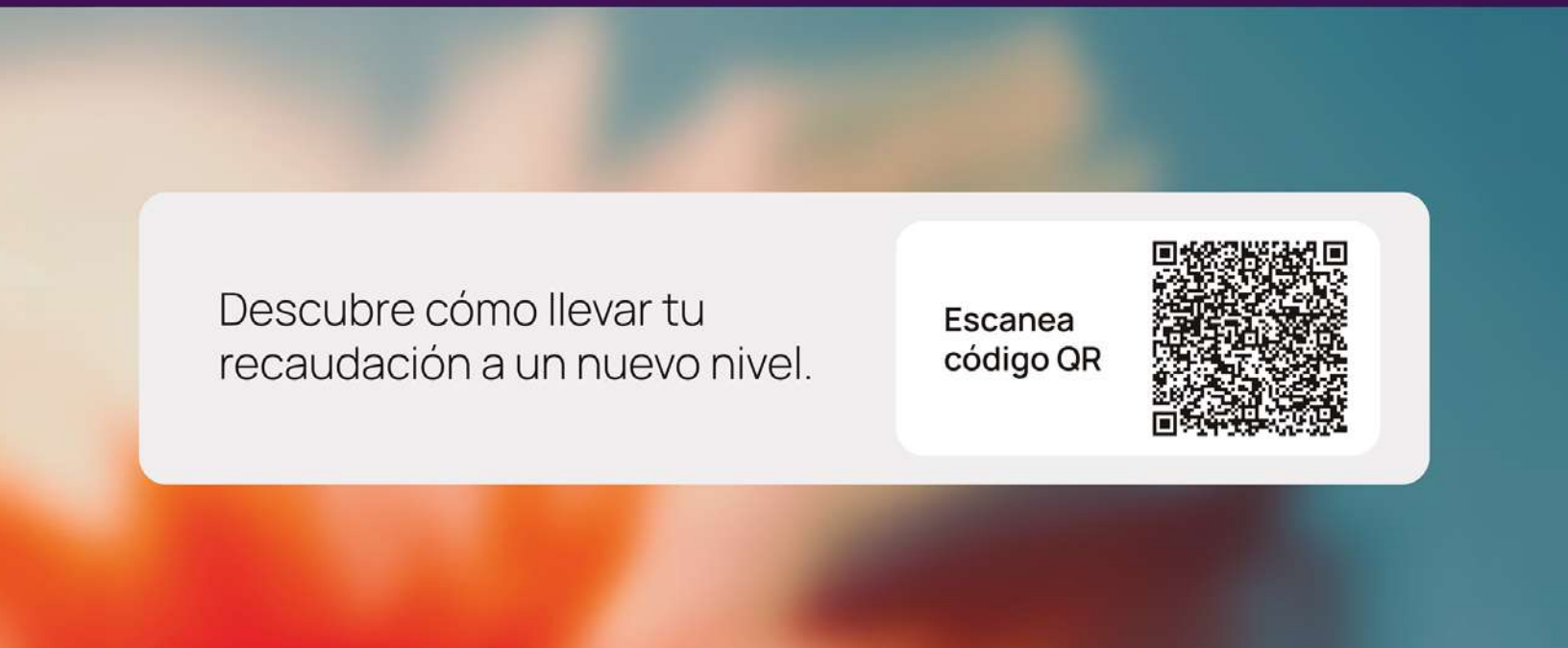
CONDUSEF, Registro de Despachos de Cobranza (REDECO), consulta en noviembre de 2026. https://eduweb.condusef.gob.mx/redeco/redeco.aspx

OCDE (2026), Consumer Finance Risk Monitor 2026, riesgos de conducta y respuesta supervisora. https://www.oecd.org/en/publications/consumer-finance-risk-monitor-2026_61f7dbe0-en/full-report/thematic-risks-policy-responses-and-actions_13938c97.html

toku

Transforma la manera en que *cobras* con IA.

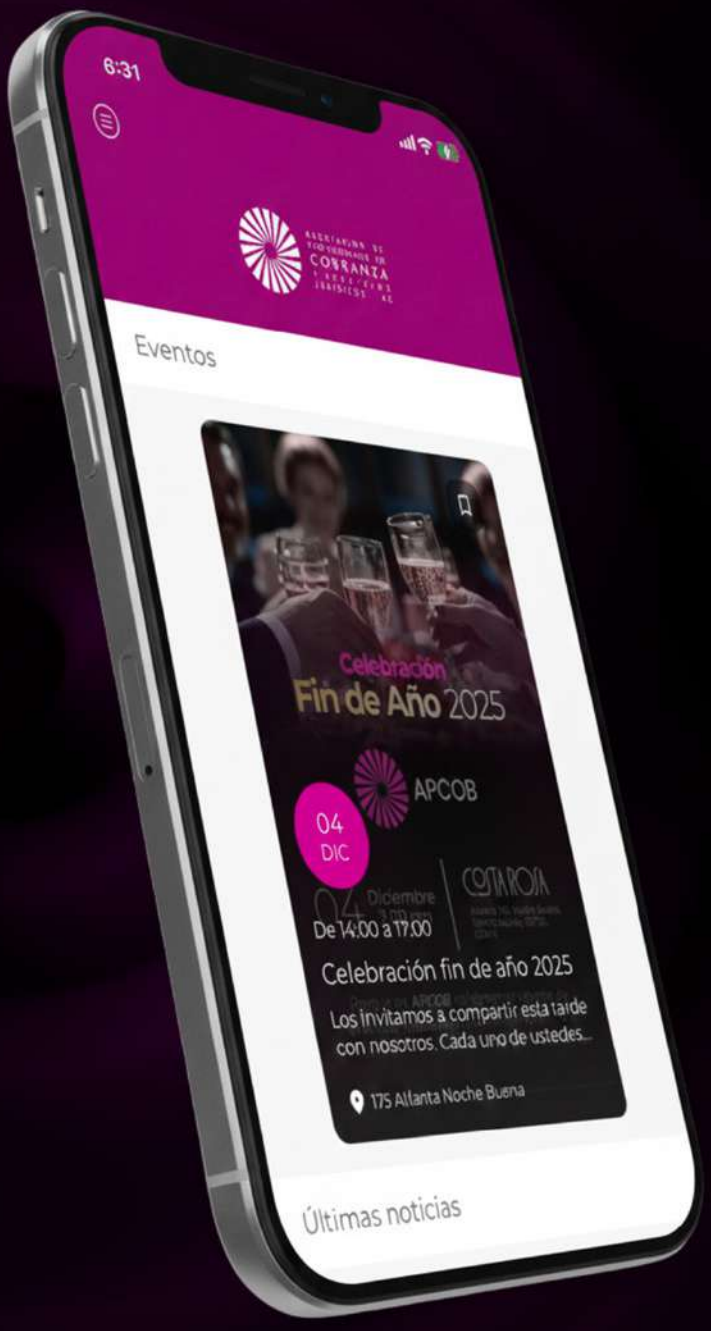
La plataforma de pagos y agentes para cobrar, conciliar y resolver.



Descubre cómo llevar tu recaudación a un nuevo nivel.

Escanea código QR

APCOB



¡DESCARGA NUESTRA APP!

APCOB

DISPONIBLE EN:

PLAY STORE

APPSTORE

ADRIÁN ALCALÁ



Especialista en transparencia, acceso a la información y protección de datos personales, Adrián Alcalá es licenciado en Derecho, maestro en Amparo y cuenta con estudios de Doctorado en Derecho. Fue comisionado presidente del INAI de 2023 hasta la extinción del organismo, el 21 de marzo de 2025. De 2011 a 2013, fue el primer consejero propietario presidente del Instituto de Transparencia y Acceso a la Información Pública de Baja California.

Conferencista, panelista y articulista en temas de transparencia, apertura institucional, protección de datos y políticas anticorrupción, también es catedrático en la UNAM, la Universidad La Salle y la Universidad Internacional de La Rioja. Es asociado del Instituto Nacional de Administración Pública y del COPUEX, e integrante externo del Seminario Permanente de Gobierno Abierto de la Universidad Autónoma de Tlaxcala.

LA CONFIANZA COMO ACTIVO: TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE DATOS EN COBRANZA

La transparencia no puede quedarse en un aviso de privacidad: necesita procesos, responsables y evidencias verificables.

Cada gestión de cobranza implica información que debe ser tratada con responsabilidad. Adrián Alcalá llevó esta conversación a CONVECOB 2026 con su conferencia "*La confianza como activo: transparencia y protección de datos en cobranza*", enfocada en el valor de una cultura organizacional verificable.

La exposición abordó tres ámbitos conectados. El primero es el interior de la empresa, donde la recopilación de datos incluidos los biométricos, como rostro, huella o voz obliga a revisar información proporcionada, propósitos y medidas de protección. El segundo es la relación con las instituciones que confían datos a un proveedor. El tercero es el cuidado de las personas contactadas durante la gestión.

La conferencia contrastó distintos grados de preparación entre despachos. Contar con un aviso de privacidad constituye un elemento básico, pero la confianza se fortalece cuando existe personal capacitado, controles de acceso, auditorías, procedimientos de respuesta y funciones claramente asignadas.

Para una empresa de cobranza, esta preparación también puede ser un factor de diferenciación. Demostrar cómo se administra la información permite a sus clientes valorar el riesgo y la calidad de la relación comercial, más allá de las promesas generales de cumplimiento.

La lección conecta ética y negocio: cada llamada y cada registro representan una responsabilidad con el cliente y con el titular de los datos. Como sintetizó una diapositiva de cierre de la conferencia, El cumplimiento se demuestra. La confianza se construye.

Olos Hub

La IA en cada conversación de tu contact center

teligencia artificial en todo lo que hacemos: utomatiza, analiza y conecta cada interacción para ue tu CX escale con agilidad, gobernanza y eguridad.



tevemos la IA a tu operación

hcanea el código o visítanos en

vww.oloshub.com

30 ANIVERSARIO APCOB

FORMA PARTE DE NUESTRA RED DE PROVEEDORES

Y DISFRUTA DE LOS BENEFICIOS.



www.apcob.mx

Con la participación de: ASOFOM

LA REPUTACIÓN TAMBIÉN SE COBRA

Las empresas de cobranza, una extensión de las marcas financieras.

Las instituciones financieras delegan gestiones, pero no desaparece su responsabilidad sobre la experiencia que recibe el cliente.

Cuando un proveedor externo contacta a una persona para gestionar un adeudo, esa experiencia también influye en la percepción de la institución que otorgó el crédito. Bajo esa premisa se desarrolló el panel *La reputación también se cobra*, con participación de ASOFOM en CONVECOB 2026.

En la conversación participaron Jorge Avante, Director General de ASOFOM; Lucero Martínez, Directora de Operaciones de Lease For U y Tesorera de AMSOFAC; y Ana Escutia Méndez, Head de Producto en Círculo de Crédito. El debate puso el foco en la selección de aliados y la supervisión de los servicios de cobranza.

Elegir un proveedor no es únicamente comparar tarifas o capacidad de contacto. También es comprobar cómo capacita a sus equipos, documenta las gestiones, atiende quejas, controla a sus subcontratistas y corrige desviaciones. Las expectativas contractuales necesitan convertirse en prácticas verificables.

Las quejas y las aclaraciones son una fuente de información para mejorar. Una institución que solo observa pagos puede pasar por alto mensajes confusos, promesas mal comunicadas o experiencias que deterioran la relación con el cliente. Evaluar calidad y cumplimiento junto con recuperación permite entender mejor el desempeño.

La reputación no se protege mediante una campaña de comunicación aislada: se construye en la operación diaria. Una llamada clara, una explicación precisa y un seguimiento respetuoso son formas concretas de cuidar la confianza que sostiene el negocio financiero.





Director General

JORGE AVANTE

Especialista en gobierno corporativo, con experiencia en consultoría y planeación estratégica para empresas de distintos sectores, incluidos intermediarios financieros y SOFOMES.

Es ingeniero en Cibernética y Sistemas Computacionales por la Universidad La Salle, maestro en Finanzas por la Universidad Panamericana y cuenta con un diplomado en Investigación de Mercados por el ITAM.

Su trayectoria comprende planes de negocio, evaluación de proyectos, controles internos y políticas corporativas. Ha participado como secretario en consejos de administración y comités de auditoría, inversiones y riesgos.



Directora de Operaciones

LUCERO MARTÍNEZ

Lucero Martínez es directora de Operaciones de Lease For U y tesorera de AMSOFAC. Es licenciada en Finanzas, maestra en Ingeniería Económica y Financiera y egresada del programa MEDEX de IPADE Business School.

Cuenta con 30 años de experiencia en instituciones como American Express, Banamex, Itaú y Prudential.

En Lease For U lidera Cobranza y Atención a Clientes, impulsando la recuperación de cartera, la negociación y la eficiencia operativa. Su enfoque combina resultados financieros con una cobranza que preserva relaciones, cuida la experiencia del cliente y protege la reputación institucional.



Head of Product

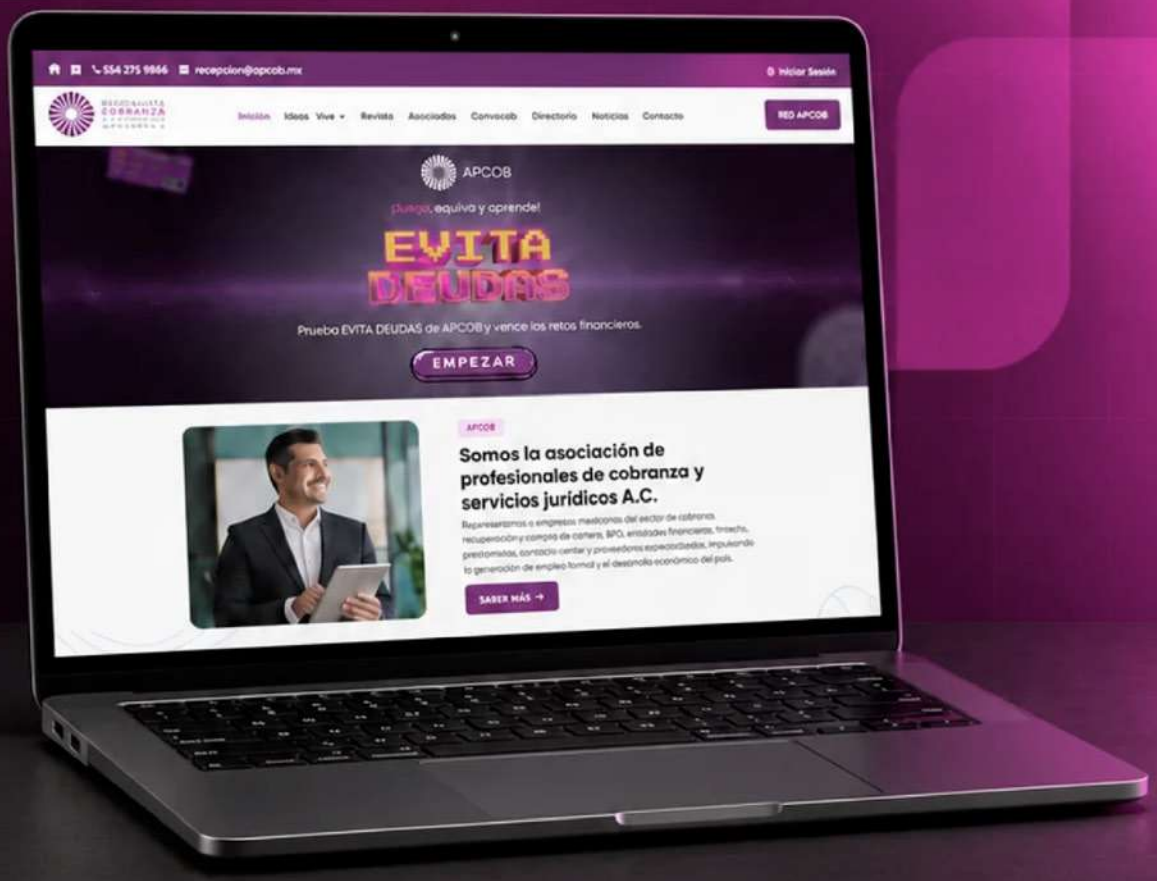
ANA ESCUTIA

Ana Escutia Méndez es licenciada en Administración Financiera por el Tecnológico de Monterrey y cuenta con más de 20 años de experiencia en crédito, cobranza y desarrollo de productos financieros.

Actualmente es Head de Producto en Círculo de Crédito, donde lidera soluciones de información crediticia, datos y plataformas para fortalecer la evaluación y las decisiones de los otorgantes de crédito en México.

Su trayectoria abarca el ciclo crediticio completo, la implementación de productos y la gestión de equipos, integrando información, tecnología e innovación para mejorar procesos financieros.

VISITA NUESTRA PÁGINA WEB



www.apcob.mx

Layer7

Más conversión. Más resultados. Más ingresos.

En Layer7 ayudamos a las empresas a convertir más interacciones en oportunidades de negocio y generar mejores resultados en cada contacto.



Tres soluciones. Un mismo objetivo: convertir más.

CCC.UNO®

Contacta más.
Plataforma web de contacto masivo que integra telefonía y SMS para generar mayor conversión.

AutoAgent® FLEX

Automatiza y escala.
Agente virtual de voz con IA para atender múltiples conversaciones 24/7 sin aumentar nómina ni infraestructura.

TroncalSIP+

Mejora tu tasa de contacto.
Telefonía SIP multicarrier que complementa tu operación sin cambiar tu plataforma de marcación.

10
años de experiencia.

+350
clientes.

6
años de permanencia promedio de clientes activos con Layer7.

Tecnología respaldada por personas.

- Customer Success orientado a resultados
- Soporte técnico especializado
- Tecnología e infraestructura propietarias.

Conecta más. Genera más ingresos. Crece más.

Contáctanos hoy mismo y lleva tu empresa al siguiente nivel.

www.layer7.mx

ÁLVARO GORDOA



Con estudios de maestría y doctorado en Imagen Pública, Álvaro Gordoa se desempeña como consultor, asesorando a destacadas personalidades de los sectores político, empresarial y del entretenimiento en la creación y modificación de su imagen pública.

Es rector del Colegio de Imagen Pública, la primera facultad de su categoría en el mundo, cuya oferta académica incluye la Licenciatura en Imagología, la Maestría en Ingeniería en Imagen Pública, el Doctorado en Imagen Pública y diversos diplomados especializados, en modalidades presencial y a distancia.

Reconocido conferencista y capacitador, también participa como líder de opinión mediante colaboraciones en prensa, radio y televisión. Es autor de varios best sellers, entre los que destacan El Método H.A.B.L.A., El Método P.O.R.T.E. y Salte con la tuya.

“EL PODER DE LA IMAGEN PÚBLICA”

La reputación de una organización depende de la coherencia entre lo que promete y lo que las personas experimentan.

La imagen pública suele asociarse con la apariencia, pero también surge de la voz, las palabras y la conducta. Durante CONVECOB 2026, Álvaro Gordoa presentó «El poder de la imagen pública», una invitación a observar cómo se forma la percepción sobre personas y organizaciones.

En la cobranza, esa perspectiva tiene una aplicación directa. Una llamada telefónica, una aclaración de saldo o el seguimiento de un convenio comunican profesionalismo o su ausencia sin necesidad de una campaña publicitaria. El contacto cotidiano se convierte en una representación tangible de la marca.

El desafío es mantener congruencia. Una empresa puede hablar de transparencia y cercanía, pero esos atributos pierden fuerza cuando el cliente recibe explicaciones contradictorias o no encuentra respuesta a una solicitud. Los valores institucionales resultan creíbles cuando se traducen en comportamientos observables.

La reputación tampoco depende de un área aislada. Directivos, supervisores, ejecutivos y proveedores contribuyen a ella mediante decisiones, mensajes y niveles de servicio. La capacitación y los criterios compartidos ayudan a ofrecer una experiencia más consistente entre equipos y canales.

La conferencia dejó una pregunta útil para el sector: ¿qué impresión produce nuestra operación cuando nadie está mirando la campaña de marca? Cuidar los detalles de la comunicación y cumplir los compromisos es una forma cotidiana de fortalecer la confianza.



El costo de parecer productivos: la capacidad oculta que consume la cobranza

Asignar más cuentas no equivale a generar más valor. Los líderes operativos necesitan medir el trabajo que no aparece en las métricas de contacto: aclaraciones, autorizaciones, conciliación y retrabajo.

Cuando el volumen engaña

Dos equipos reciben 800 expedientes. El primero atiende recordatorios simples; el segundo investiga saldos, solicita autorizaciones y corrige datos. Si ambos son evaluados por cantidad de cuentas trabajadas, la dirección no está comparando productividad: está ignorando el diseño del trabajo.

La presión por volumen puede producir un efecto contraproducente. Más llamadas, menos tiempo para resolver excepciones y, por tanto, más casos que regresan a la cola. El resultado es una operación cada vez más ocupada, pero no necesariamente más efectiva.

Hacer visible la carga real

Un ejercicio puramente ilustrativo permite verlo: 600 tareas de seis minutos y 200 de veinte minutos demandan 7,600 minutos, unas 126.7 horas. Si cada colaborador dispone de 30 horas efectivas semanales para esas actividades, la carga equivale a 4.22 jornadas de trabajo. No significa que deban contratarse 4.22 personas: aún faltan variabilidad, turnos, ausencias, capacitación, especialización y picos de demanda.

La utilidad del cálculo está en cambiar la unidad de gestión. La dirección debería medir minutos por actividad, pendientes envejecidos, porcentaje de retrabajo y tiempo hasta la resolución, además de contactos y promesas. La sobrecarga puede estar en una autorización lenta y no en la falta de ejecutivos.



La automatización también tiene costos

Una empresa incorpora un asistente digital y elimina parte del registro manual. Sería tentador traducir ese ahorro teórico a una reducción inmediata de plantilla. Pero la herramienta podría crear revisiones de calidad, incidencias de integración o excepciones que requieren especialistas. Solo la medición antes y después permite conocer el efecto neto.

El Comité de Basilea, en su comunicación de noviembre de 2026, examinó riesgos operativos vinculados a digitalización, terceros y nuevas tecnologías. No publicó estándares de dotación de personal para despachos; su utilidad para este análisis es recordar que ganar eficiencia puede crear nuevas dependencias que también necesitan controles.

La decisión que cambia el presupuesto

Antes de aumentar personal o contratar otra plataforma, el COO debería identificar el cuello de botella más caro: ¿cuántas horas se consumen por fallas de información, revisiones duplicadas o escalaciones sin responsable? Resolver esa causa puede liberar capacidad sin incrementar el volumen de gestiones.

Una operación bien dirigida no presume estar al límite. Demuestra cuánto trabajo termina correctamente, en qué tiempo y con qué costo total. La productividad no es ocupación; es valor producido con calidad.

"La productividad no es ocupación; es valor producido con calidad"

FUENTES Y ALCANCE

Comité de Supervisión Bancaria de Basilea / BIS (18 de noviembre de 2026), comunicación sobre riesgos y vulnerabilidades del sistema bancario mundial. https://www.bis.org/media-releases/20261118-basel-committee-discusses-risks-and-vulnerabilities-faced-global-banking-system

“El último paso de la cobranza”

La disposición del cliente puede perderse si el proceso de pago resulta difícil, poco claro o está fuera de su control.

Una negociación puede avanzar favorablemente y detenerse justo antes del pago. Juan Leal de Ibarra, presentado en la revista como directivo de tapi, abordó en CONVECOB 2026 el tramo final de esa experiencia: lo que sucede cuando alguien quiere cumplir, pero encuentra obstáculos.

Su charla «El último paso de la cobranza» identificó tres barreras habituales: el olvido, la dificultad del canal y la falta de control. Recordar una referencia, cambiar de plataforma o acudir a una ventanilla añade fricción. A ello se suma la preocupación de no saber cómo pausar o cancelar un cargo programado.

La propuesta se organizó en tres principios: facilitar el pago en un entorno familiar para el usuario, solicitar autorizaciones en el momento adecuado y ofrecer mecanismos claros para administrar los cargos. Una operación que termina con éxito puede convertirse en una oportunidad para configurar futuros pagos, siempre con consentimiento informado.

JUAN LEAL DE IBARRA

Director de Estrategia en tapi



Como ejemplo de aplicación se presentó Autopay, una solución vinculada con la experiencia bancaria. El caso ilustra cómo la tecnología puede reducir pasos, aunque su implementación y resultados específicos deben evaluarse en cada institución.

La enseñanza para la cobranza es mirar más allá de la promesa. Si el pago exige esfuerzos innecesarios, parte del problema puede encontrarse en el diseño del proceso. Una experiencia clara, accesible y controlable ayuda a que la intención tenga una ruta más sencilla hacia el cumplimiento.

Presentado por:

tapi

“La cobranza es masiva y debe ser personal”

Gestionar miles de cuentas no obliga a tratar a todas las personas igual. Los datos ayudan a elegir mejor el momento, el canal y el mensaje.

Una deuda puede resumirse en un saldo y un número de días de atraso, pero esos datos no explican toda la situación de una persona. En su charla «La cobranza es masiva y debe ser personal», Felipe Ojeda planteó que la personalización comienza antes del primer contacto.

El enfoque invita a decidir quién debe conversar, por qué medio, en qué momento y con qué tono. El historial de respuestas, los compromisos recientes y las preferencias de canal ofrecen señales que pueden hacer más pertinente la gestión. Los datos orientan, pero el criterio profesional sigue siendo necesario para confirmar el contexto.

Ojeda describió un ciclo de observación, estimación, elección, ejecución y aprendizaje. Cada interacción produce información sobre lo que funcionó y lo que debe cambiar. Integrar registros de CRM, canales y pagos facilita esa evaluación, siempre que exista claridad sobre las reglas de uso y los responsables.

La charla también subrayó la importancia de probar los cambios. Simular escenarios y comparar grupos equivalentes ayuda a examinar si

FELIPE

OJEDA

CEO en Latam de Okticket | Socio de Coperva

una nueva frecuencia de contacto o un mensaje diferente mejora realmente el resultado. La tasa de pago y el costo deben leerse junto con las quejas, la calidad del servicio y el cumplimiento de las políticas.

La inteligencia artificial puede sugerir prioridades, pero no reemplaza la supervisión. Personalizar una operación de gran escala implica combinar información confiable, decisiones medibles y respeto por cada persona contactada. Como resume la idea central de la presentación: una buena llamada comienza mucho antes de marcar.



Presentado por:
COPERVA
ELIMINANDO DEUDAS, MEJORANDO VIDAS

www.convecob.com

COPERVA

Coperva cumple 15 años de cobranza con talento y tecnología



Con 790 posiciones operativas en la Ciudad de México, COPERVA combina equipos especializados, análisis de datos y tecnología para adaptar la gestión de cobranza a las necesidades de cada cartera.

15 AÑOS ELIMINANDO DEUDAS, MEJORANDO VIDAS.

Experiencia para responder

En cobranza, decidir a quién contactar, en qué momento y con qué propuesta puede cambiar el rumbo de una gestión. En su 15.° aniversario, Coperva pone el foco en cómo se toman esas decisiones y en los equipos que las llevan a la práctica. Su operación cuenta con 790 posiciones distribuidas en dos sedes de la Ciudad de México, desde las que atiende distintas etapas de la recuperación, desde la cobranza preventiva hasta la extrajudicial y la judicial.

790
posiciones operativas
en dos sedes de la CDMX

El talento detrás de cada gestión

La continuidad de los equipos importa en una operación donde cada conversación exige entender la situación del cliente y encontrar una propuesta viable.

Datos para decidir cómo gestionar cada cartera



Business Intelligence

Los tableros permiten consultar en tiempo real el desempeño de la operación y dar seguimiento a la gestión de la cartera.

EMI

Analiza patrones en los datos para estimar la probabilidad de pago y orientar qué cuentas priorizar, cuándo hacer contacto y qué propuesta presentar.

Servicios para cada etapa

La operación se complementa con Skip Trace para localizar y actualizar datos de contacto, visitas domiciliarias bajo demanda y mesas de control.

Respaldo y cumplimiento

Coperva cuenta con certificaciones y estándares internacionales en seguridad, calidad y continuidad operativa.

EMI puede orientar el siguiente paso, y el equipo es quien lo convierte en una conversación con el cliente.

Experiencia que se traduce en resultados

99%

de percepción positiva entre colaboradores. Estudio hecho por Great Place to Work.

< 8.67%

de percepción positiva entre colaboradores. Estudio hecho por Great Place to Work.

4 años

consecutivos de reconocimiento de Great Place to Work.



Una deuda, tres saldos: la falla de datos que puede destruir la confianza

Un pago reconocido por una plataforma, pero no por otra, no es solo una incidencia tecnológica. Es una decisión empresarial pendiente sobre quién responde por la verdad del dato.

El momento en que una integración se vuelve reputación

Un cliente paga, conserva su comprobante y, días después, recibe otra llamada para cobrarle el mismo importe. La institución actualizó el registro; el despacho consulta una interfaz anterior y el canal digital todavía no refleja el movimiento. Para los equipos puede ser un retraso de sincronización. Para el cliente, la organización parece no saber cuánto debe.

Este problema es más grave cuando un sistema propone descuentos, otro calcula intereses y un tercero ejecuta convenios. Si no existe una definición compartida de saldo, fecha de corte y vigencia, automatizar contactos solo acelera el error.

El dato necesita un dueño

La solución no empieza por adquirir otra plataforma, sino por definir una fuente autorizada, reglas de actualización y responsables de conciliación. Deben distinguirse saldo contractual, saldo mostrado al canal y saldo pendiente de aclaración. Cada uno puede tener una razón de existir, pero no deben comunicarse como equivalentes.

En marzo de 2026, el Instituto de Estabilidad Financiera del BIS publicó un análisis sobre



enfoques regulatorios y de supervisión del uso de datos en IA financiera. La publicación sitúa la calidad y gobernanza del dato entre las condiciones para operar con controles adecuados. No ofrece una estadística sobre errores de saldo en México: el puente con cobranza es una recomendación de gestión.

Cuánto cuesta no resolver una discrepancia

El costo no se limita a una aclaración. Puede incluir contactos improcedentes, tiempo de supervisión, escalaciones jurídicas, reembolsos, quejas y pérdida de confianza. En una cadena con bancos, despachos, plataformas de pago y proveedores de mensajería, la ambigüedad de responsabilidades amplifica el problema.

Por eso es útil observar incidentes por cada mil cuentas, tiempo medio de conciliación, reincidencia y número de contactos realizados mientras un saldo estaba en disputa. También conviene definir una política de pausa o revisión de gestiones cuando la información crítica no ha sido confirmada, de acuerdo con obligaciones aplicables.

La decisión para el CEO y el CIO

Cada programa de transformación debería contestar tres preguntas antes de aumentar la automatización: ¿cuál es el sistema de registro autorizado?, ¿quién corrige la discrepancia? y ¿cómo se informa al cliente? Una operación madura puede rastrear qué datos vio el ejecutivo y en qué momento.

El resultado no es solo menos errores: es una empresa capaz de explicar sus cifras sin transferir al cliente el costo de sus sistemas desalineados.

FUENTES Y ALCANCE

Financial Stability Institute / BIS (26 de marzo de 2026), In data we trust? Emerging policy and supervisory approaches to AI data use in financial services. https://www.bis.org/fsi/publ/insights73.pdf

PRESENTAMOS A:

VOICES

COMO ORGULLOSO

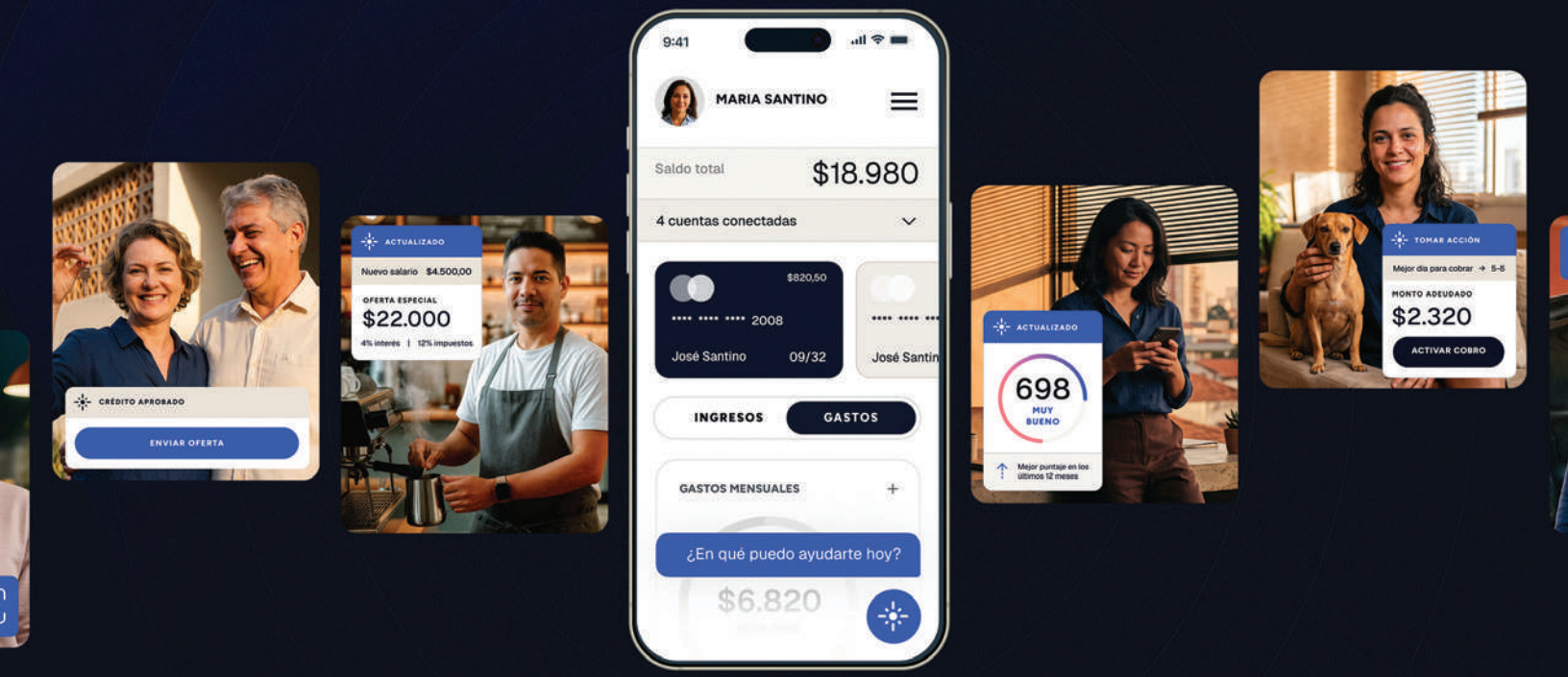


Proveedor PLATINO

¡GRACIAS POR SER PARTE DE NUESTRA **RED DE PROVEEDORES**!

ASOCIACION DE PROFESIONALES EN COBRANZA Y SERVICIOS JURIDICOS AC

CONEXIONES DE DATOS MÁS INTELIGENTES Y PAGOS SIN INTERRUPCIONES



belvo.

Más de 150 innovadores financieros
ya operan con nosotros

belvo.com

Recuperar más no demuestra que su estrategia sea mejor

Una mejora observada después de una campaña no demuestra, por sí sola, que la campaña la causó. Evaluar estrategias requiere una comparación diseñada antes de conocer el resultado.

El error de atribución

Una campaña mejora la recuperación un mes después de introducir mensajes personalizados. La reacción inmediata es ampliar el presupuesto. Pero durante ese mismo periodo pudo aumentar la proporción de cuentas recientes, entrar un lote de clientes con mayor propensión de pago o coincidir un vencimiento de nómina. Si cambian varias condiciones a la vez, es imposible adjudicar toda la mejora al mensaje.

La diferencia entre correlación y causalidad no es un debate académico: determina si una inversión de escala multiplicará el resultado o sólo el gasto.



El experimento que un comité puede entender

Antes de lanzar una prueba, defina el comportamiento que se pretende cambiar: pago efectivo neto, costo por peso recuperado, cumplimiento posterior, resolución en primer contacto o quejas. Después compare grupos equivalentes por antigüedad, monto y perfil de riesgo, manteniendo un grupo de referencia cuando sea viable y respetando las obligaciones de trato.

La comparación debe observarse durante un periodo suficiente. Una campaña puede adelantar pagos que habrían llegado la semana siguiente, sin mejorar la recuperación acumulada. También puede mejorar la conversión a costa de contactos adicionales, quejas o mayor gasto. Por eso conviene medir tanto el efecto bruto como el costo incremental y las consecuencias no deseadas.

La diferenca entre correlación y causalidad no es un debate académico.

La prueba no termina con un porcentaje

La OCDE, en su Consumer Finance Risk Monitor 2026, destaca la importancia de datos desagregados, reclamaciones y supervisión orientada a riesgos para identificar posibles perjuicios a consumidores. El documento no establece una tasa de éxito para campañas de cobranza; sí ofrece un principio valioso: el desempeño debe evaluarse junto con la conducta y la experiencia.

En la práctica, la dirección puede usar tres niveles de evidencia. Primero, descripción: la recuperación subió. Segundo, comparación: subió más que en cuentas semejantes. Tercero, repetición: se mantuvo al probar la misma intervención en otra muestra y otro periodo. Cuanto mayor sea la inversión, más exigente debería ser la evidencia.



Decidir qué escalar en 2027

Un CEO no necesita aprobar cada texto de WhatsApp. Sí necesita exigir que los experimentos relevantes tengan hipótesis, población elegible, métrica primaria, riesgos de trato y criterio de abandono. Si un cambio aumenta la recuperación pero deteriora significativamente las quejas o la reincidencia, quizá no sea una mejora sostenible.

La ventaja competitiva no consiste en acertar siempre, sino en aprender antes que los competidores sin convertir intuiciones en hechos.

Antes de aprobar una expansión nacional, solicite el resultado incremental frente a un grupo comparable, el costo neto, las quejas y la persistencia del efecto. Sin comparación, hay desempeño observado; no prueba causal.

FUENTES Y ALCANCE

OCDE (2026), Consumer Finance Risk Monitor 2026, thematic risks, policy responses and actions. https://www.oecd.org/en/publications/consumer-finance-risk-monitor-2026_61f7dbe0-en/full-report/thematic-risks-policy-responses-and-actions_13938c97.html

TECNOLOGÍA PARA LA COBRANZA

La cobranza ya no puede operar en canales separados

Muchas empresas aún gestionan llamadas, WhatsApp, correos y SMS en herramientas distintas. Taurus Next las une en un solo ecosistema con inteligencia artificial.



Ecosistema 360 de Taurus Next: un núcleo con todas las capacidades conectadas.

En muchas operaciones de cobranza, el día comienza con varias pantallas abiertas: una para la telefonía, otra para los reportes, los celulares para WhatsApp y una hoja de cálculo para el seguimiento. Cada canal funciona por su lado y la información del cliente queda repartida.

El problema: una gestión fragmentada

Cuando los canales no están conectados, el gestor no ve el historial completo del cliente, los mensajes se envían igual para todo un bloque y la supervisión depende de escuchar llamadas al azar. El resultado son **contactos repetidos, clientes molestos, poca trazabilidad** y decisiones que llegan tarde.

> **"Cuando cada canal va por su lado, el cliente nunca se siente realmente escuchado."**

Hoy el cliente espera una conversación coherente, sin importar si responde por llamada, WhatsApp o correo. Sin un sistema omnicanal, esa experiencia es imposible de sostener.

SEÑALES DE UNA OPERACIÓN SIN OMNICANALIDAD

- ✕ Cada canal en una herramienta distinta
- ✕ Historial del cliente incompleto
- ✕ El mismo mensaje para todo el bloque
- ✕ Supervisión manual y por muestreo

TAURUS next ecosistema 360

by INTELIABYTE

La respuesta: un ecosistema con IA en cada paso

Taurus Next, desarrollado por **Inteliabyte**, reúne en una misma plataforma el CRM, la telefonía IP, WhatsApp, correo, SMS, biometría facial, link de pago y reportería en tiempo real. Todo lo que pasa con un cliente queda en un solo lugar y cualquier gestor puede continuar la conversación donde se quedó.

Sobre esa base trabaja la inteligencia artificial. **Speech Analytics** transcribe cada llamada y la clasifica en tres aristas: el cliente, el asesor y las habilidades blandas. Con esa información, la IA genera scripts hiperpersonalizados para cada cliente, en cada canal, en lugar de un solo mensaje para todo el bloque.

Los **agentes de IA** atienden por WhatsApp y voz las 24 horas: validan identidad, comparten documentos, proponen acuerdos y envían el link de pago dentro de la misma conversación. Y la analítica estima la probabilidad de pago para definir estrategias y campañas diarias.

TODO LO QUE TU COBRANZA NECESITA, CON IA

OMNICANALIDAD REAL
WhatsApp, llamadas, email y SMS con un solo historial del cliente.

SPEECH ANALYTICS IA
Escucha, transcribe y califica cada llamada en 3 aristas.

SCRIPTS A MEDIDA
Mensajes hiperpersonalizados uno a uno para cada cliente.

AGENTES IA 24/7
WhatsApp y Voicebot que negocian y envían el link de pago.

IA ANALÍTICA
Probabilidad de pago, segmentación y reportería en tiempo real.

BIOMETRÍA Y SEGURIDAD
Identidad verificada, trazabilidad y monitoreo SOC 24/7.

DE LA COBRANZA TRADICIONAL A LA COBRANZA IA FIRST

SIN OMNICANALIDAD

- ✕ Herramientas separadas
- ✕ Un script para todo el bloque
- ✕ Supervisión por muestreo
- ✕ Atención solo en horario laboral

→

CON TAURUS NEXT

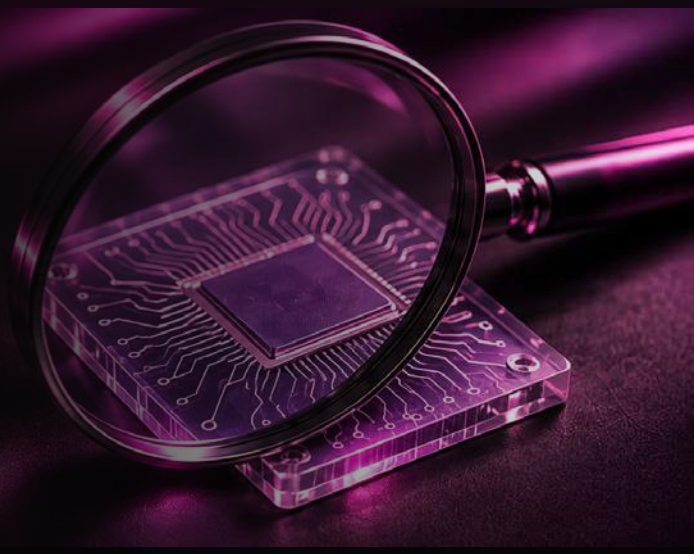
- ✓ Un solo ecosistema omnicanal
- ✓ Un script por cliente, con IA
- ✓ El 100% de las llamadas analizadas
- ✓ Agentes de IA 24/7

> "La cobranza del futuro no se trata de contactar más, sino de contactar mejor."

canalesdigitales@inteliabyte.com · +593 96 254 5724 · www.inteliabyte.com

ESCANEA Y CONOCE
TAURUS NEXT

La IA que impresiona en una demo puede fracasar en cobranza



Una conversación fluida no equivale a una operación confiable. Antes de escalar agentes de inteligencia artificial, los líderes deben exigir pruebas sobre precisión, límites, seguridad y economía real.

El guión perfecto es el escenario menos importante

Durante una demostración, un agente de IA responde sin pausas, reconoce objeciones y guía al cliente a un pago. La presentación parece suficiente para justificar una compra. Pero la operación real no sigue el guión: aparecen saldos contradictorios, personas equivocadas, una quita fuera de política o un cliente que cuestiona el origen de la deuda.

Es en esas situaciones donde se prueba si la automatización entiende sus límites. Una respuesta inventada puede ser más costosa que una conversación no resuelta.

Cambiar la pregunta de compra

En vez de preguntar cuántas llamadas atiende, un comité de inversión debería conocer qué procesos están permitidos, de dónde provienen los datos, qué decisiones puede tomar el sistema y en qué circunstancias debe transferir el caso a una persona. Un recordatorio simple, una aclaración de saldo y una reestructuración sensible no tienen el mismo nivel de riesgo.

El piloto necesita escenarios adversos predefinidos: identidad no confirmada, datos desactualizados, fallas de integración, solicitudes de información personal y cambios contractuales no autorizados. Cada excepción debe dejar trazabilidad y una salida segura.



Los costos que la demo no muestra

El costo total incluye licencias, integración, supervisión, monitoreo, correcciones, ciberseguridad, escalaciones humanas e incidencias. Una tasa de automatización alta no compensa errores recurrentes o acuerdos improcedentes. La métrica más útil combina resolución efectiva, precisión, costo neto por caso, protección de datos y experiencia del cliente.

El BIS publicó en septiembre de 2026 un análisis sobre amenazas cibernéticas asociadas a modelos avanzados de IA en el sistema financiero. En noviembre, el Comité de Basilea volvió a abordar vulnerabilidades operativas y tecnológicas. Estas referencias no son resultados de una prueba de cobranza; contextualizan por qué gobierno, terceros y seguridad forman parte de la decisión de inversión.

La agenda de 2027 debe ser selectiva

No todas las tareas deben automatizarse primero. Conviene comenzar por procesos con reglas claras, datos confiables, baja ambigüedad y mecanismos de reversión; después ampliar el alcance solo si mejora la experiencia y el resultado neto. El factor humano no desaparece: cambia hacia supervisión, resolución de casos sensibles y aprendizaje del sistema.

La inteligencia artificial será una ventaja cuando la organización pueda explicar por qué tomó una decisión, corregirla a tiempo y demostrar valor en producción. Una buena demo despierta interés. Una operación gobernada merece presupuesto.

El objetivo es claro: aprobar pilotos con puertas de salida: precisión mínima definida internamente, cero divulgación no autorizada, escalamiento humano verificable, costo neto y mejora comprobada frente al proceso actual.



FUENTES Y ALCANCE

Financial Stability Institute / BIS (septiembre de 2026), When machines attack: frontier AI cyber threats and policy responses in the financial sector. https://www.bis.org/publications/fsi-paper-28-when-machines-attack-frontier-ai-cyber-threats-and-policy-responses-financial-sector

Comité de Supervisión Bancaria de Basilea / BIS (18 de noviembre de 2026), comunicación sobre riesgos y vulnerabilidades. https://www.bis.org/media-releases/20261118-basel-committee-discusses-risks-and-vulnerabilities-faced-global-banking-system



ipcom®
Communication That Makes Sense

Crea tu **empleado digital** conversando con un copiloto y pruébalo en menos **de 15 minutos.**

Horizonts es la plataforma de IPCOM para **crear empleados digitales con IA** que llaman, atienden y dan seguimiento por voz, WhatsApp y chat. Se conectan a tus sistemas para consultar información, registrar resultados y dar continuidad al trabajo. **Cuando hace falta criterio humano, pasan el caso con su contexto.**

De la idea a **la conversación.**

01
Descríbelo
Explica la tarea, el tono y las reglas. El copiloto propone un plan y dibuja el flujo.

02
Pruébalo
Habla con él en el simulador. Pide cambios en el mismo hilo hasta que responda como quieres.

03
Ponlo a trabajar
Configura canales e integraciones. Publica y supervisa la actividad desde una misma consola.

Cada canal, con un **trabajo claro.**

Voz
Llamadas entrantes y salientes. Atención telefónica y campañas con intentos y reintentos.

WhatsApp
Autoservicio, captura de datos y seguimiento de conversaciones por mensajería.

Chat
Atención en web y app. Respuestas y continuidad en el canal de tu cliente.

Horizonts by ipcom

El trabajo avanza.
Tu equipo conserva el criterio.

Conectado a **tus sistemas.**

Mediante MCP y API, consulta y registra información durante la conversación.
CRM: contacto, interés y resultado.
Agenda: disponibilidad y citas.



Control para **tu operación.**

Supervisa y ajusta
Revisa tableros, resultados por campaña y grabaciones. Evalúa cada gestión y mejora el flujo.

Pasa a humano con contexto
Los casos complejos llegan al equipo con la información recogida. Tu equipo mantiene el control de las decisiones.

Hecho para tu **industria.**

Cobranza y banca
Recordatorios y seguimiento de pagos, según las políticas de tu operación.

BPO y contact centers
Atiende consultas frecuentes y deriva los casos que necesitan una persona.

Soporte y servicios
Responde consultas de estado y actualiza datos en tus sistemas.

Salud
Confirma o reprograma citas y consulta los cupos disponibles.

Ventas y retail
Contacta leads y registra su interés mientras la oportunidad sigue vigente.

Finanzas y administración
Gestiona avisos y tareas repetitivas con un resultado registrado.

Conversemos sobre cómo crear tu primer **empleado digital.**

marketing@ipcom.ai +1 (754) 290-0100 www.ipcom.ai

“La tecnología cobra valor: 2026 fue de pruebas, 2027 será de resultados”

Diseñar un agente digital requiere procesos claros, controles y conocimiento de cobranza, no únicamente instrucciones para conversar.

La inteligencia artificial está pasando de las demostraciones a las decisiones operativas. Esta transición fue el eje de la conferencia «La tecnología cobra valor: 2026 fue de pruebas, 2027 será de resultados», presentada por Erika Ugarte y Thiago Gonçalves en CONVECOB 2026.

A través de una demostración, los ponentes recorrieron el diseño de una conversación automatizada: saludo, verificación de identidad, negociación y orientación sobre medios de pago. Cada etapa implica reglas, datos disponibles y condiciones para continuar o detener la interacción.

La verificación de identidad es un ejemplo decisivo. Antes de compartir información sobre un adeudo, el agente necesita confirmar que está hablando con la persona correcta. Durante la negociación también debe reconocer qué alternativas están autorizadas y cuándo corresponde transferir el caso a un ejecutivo.

El ejercicio mostró que desarrollar IA para cobranza exige traducir la experiencia de los equipos en instrucciones operativas. Los escenarios frecuentes, las objeciones, las excepciones y los pasos de pago no pueden depender solamente de respuestas improvisadas por un sistema.

La conclusión apunta al siguiente desafío: pasar de una prueba atractiva a una operación que

ERIKA UGARTE
Director Transformation

THIAGO GONÇALVES
Especialista en Cobranza

pueda medirse. Para ello hacen falta objetivos definidos, seguimiento de calidad, revisión de incidencias y evaluación de resultados. La tecnología cobra valor cuando contribuye de manera comprobable a resolver necesidades reales.



“El nuevo modelo de cobranzas: Contact Centers Híbridos”

Los agentes digitales pueden atender volumen; las personas siguen siendo esenciales para resolver excepciones y construir acuerdos.

Los usuarios se mueven entre canales y esperan continuidad en la atención. Para responder a esas expectativas, David Modiano, director de net2phone México, presentó en CONVECOB 2026 una visión del centro de contacto híbrido: tecnología y personas trabajando sobre un mismo proceso.

En este modelo, los agentes de inteligencia artificial pueden gestionar tareas recurrentes y absorber determinados volúmenes de atención. Los ejecutivos humanos intervienen cuando se necesita empatía, negociación o criterio ante situaciones complejas. La distribución de funciones depende del tipo de cuenta y del momento del ciclo de cobranza.

Modiano también abordó los llamados coaches de IA, herramientas que asisten a los equipos al analizar conversaciones y detectar señales que pueden orientar la supervisión. Su utilidad requiere revisar la calidad de las inferencias y proteger la información utilizada.

Un recordatorio previo al vencimiento no tiene las mismas necesidades que la revisión de una promesa incumplida. Por ello, diseñar agentes especializados exige definir roles, conocimientos, permisos, límites y criterios de transferencia a una persona. La comparación planteada en la charla es reveladora: preparar un agente digital se parece a incorporar a alguien al equipo, porque ambos necesitan contexto y reglas claras.

La transformación no consiste en sustituir todas las conversaciones, sino en ubicar la herramienta adecuada en cada momento. Cuando el cliente puede resolver su necesidad sin repetir información y el equipo conserva el control de las excepciones, el modelo híbrido comienza a mostrar su valor.



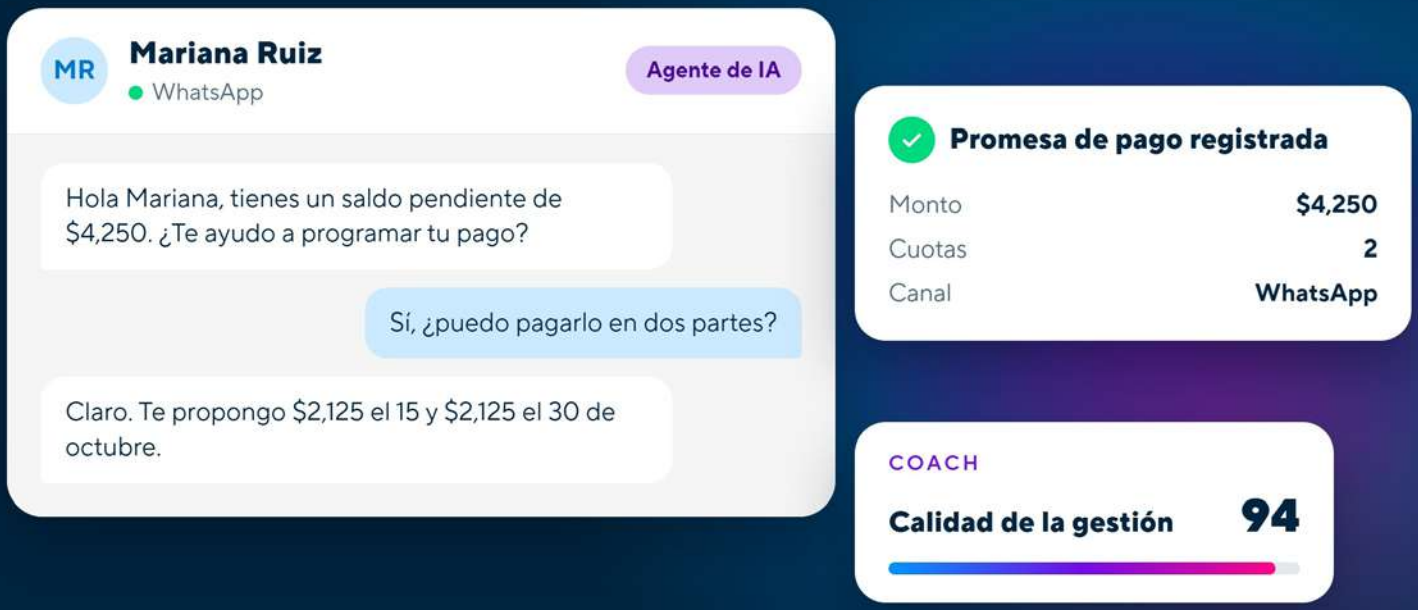
DAVID
MODIANO
Director de net2phone México

net2phone

COBRANZA OMNICANAL CON IA

Más contacto. Menos esfuerzo. Más recupero.

Del primer contacto a la promesa de pago, con calidad medida en cada gestión.



01 · CONTACTA

ucontact

Voz, WhatsApp, SMS y email con el historial completo de cada cuenta.

02 · GESTIONA

ai agent

Atiende interacciones y gestiona la cobranza de forma autónoma, 24/7.

03 · MIDE

coach

Evalúa el 100% de las interacciones y entrena a cada agente.

Conoce nuestras soluciones en **net2phone.com**

Con la participación de: amsofac.

CONFIANZA BAJO CONTRATO

Riesgos y fraude en el otorgamiento de crédito.

Verificar identidades, proteger datos y analizar señales de riesgo exige equilibrio entre seguridad y experiencia del solicitante.

La confianza en una operación financiera comienza antes de que se otorgue el crédito. Comprobar la identidad y detectar señales de fraude permite proteger a las instituciones, pero las verificaciones deben diseñarse de manera que no generen barreras innecesarias para los solicitantes legítimos.

Ese equilibrio guió el panel *Confianza bajo contrato: riesgos y fraude en el otorgamiento de crédito*, con la participación especial de AMSOFAC. Alberto Martínez, Presidente de la asociación y director de Arrenda+, moderó la conversación con Héctor Gutiérrez, de Kueski; Óscar Chombo, de Scotiabank; y Ramses Lozano, de Equifax México.

Una de las distinciones centrales es que la capacidad de pago y la autenticidad de una solicitud son problemas diferentes. Integrar ambos análisis requiere información consistente y vigente, así como controles proporcionados al nivel de riesgo.

Las alertas automáticas no deberían tomarse como verdades incuestionables. Un control eficaz necesita criterios para revisar casos ambiguos, escalar decisiones y atender errores que afecten a usuarios legítimos. La colaboración entre áreas de crédito, seguridad, prevención de fraude y negocio resulta esencial.

Una herramienta debe evaluarse no sólo por los intentos que detecta, sino también por los rechazos injustificados, el esfuerzo adicional que exige y el tratamiento de la información personal. Documentar incidentes e incorporar aprendizajes a los procesos fortalece la respuesta futura. La prevención del fraude funciona mejor cuando seguridad, transparencia y acceso responsable al financiamiento avanzan juntos.





ALBERTO MARTÍNEZ

Presidente · AMSOFAC

Presidente de la Asociación Mexicana de Sociedades Financieras de Arrendamiento, Crédito y Factoraje (AMSOFAC) para el periodo 2025-2027, impulsa la inteligencia sectorial, la interlocución con autoridades y reguladores, y el valor para sus agremiados.

Cuenta con más de 25 años de experiencia en finanzas, operaciones y dirección. Desde 2006 dirige Arrenda+, donde ha impulsado su consolidación y expansión con estrategias financieras y comerciales.



HÉCTOR GUTIÉRREZ

Director de Seguridad · Kueski

En Kueski lidera la protección de la información, gestión de riesgos y ciberseguridad para resguardar los datos y la continuidad operativa. Tiene más de 15 años de experiencia, con trayectoria en PwC México como CISO, Nissan Motor Corporation, Softtek y Secure Information Technologies.

Uon una maestría en Information Security and Intelligence por Edith Cowan University y un diplomado en Alta Dirección por IPADE. Combina visión técnica y estratégica para prevenir el fraude y proteger los datos



OSCAR CHOMBO

CISO · Scotiabank

CISO y director ejecutivo de Seguridad de la Información en Scotiabank, cuenta con más de 25 años de experiencia en tecnologías de la información y formación en seguridad, gobierno, riesgo y cumplimiento.

Tiene estudios en el Tecnológico de Monterrey, preparación en gestión de riesgos, ISO 27001 y dirección de proyectos, y certificación CISSP. Fue reconocido entre los Mejores 20 CISO de México 2025 por CIO Ediworld. Aporta una perspectiva bancaria de seguridad y resiliencia.



RAMSES LOZANO

Director Comercial · Equifax México

Director Comercial de Equifax México, lidera la estrategia de negocio y la oferta tecnológica para el ciclo de vida del crédito y la cobranza. Cuenta con más de 12 años de experiencia internacional en proyectos de originación, mitigación de riesgos y cobranza para banca y retail.

Es ingeniero en Tecnologías Computacionales por el ITESM y maestro en Ciencia de Datos. Ha desarrollado proyectos en Norteamérica, Asia, Europa y Latinoamérica, aplicando mejores prácticas para fortalecer la confianza y reducir riesgos en el ecosistema crediticio mexicano.

Kit
by Voximplant

Automatization con IA & Omnicanalidad

Para Equipos de Cobranza y BPOs

Automatiza tu cobranza y maximiza la recuperación de cartera

+10% Tasa de contacto

+13% Promesa de Pago

+5% Ingresos recuperados

*Resultados de nuestro caso con banco PLATA

Lo Que Obtienes

Maximiza tu Tasa de Contacto
Gestión automática e inteligente de números para evitar filtros de spam

Pago en segundos, sin fricción
Si no contestan: WhatsApp + SMS con link SPEI generado al instante

100% de tu cartera contactada, 24/7
IA negocia promesas de pago en lenguaje natural sin operadores humanos

Compliance controlado
Script regulatorio fijo y dashboard en vivo

Aumenta tus Cobros

Cómo funciona la plataforma omnicanal

	Pre-cobranza	Temprana	Tardía
Objetivo	Prevenir la mora antes del vencimiento	Recuperar con el menor costo posible	Maximizar recuperación y reducir riesgos legales
Solución			
Discador	Marcación automática + rotación de números para evitar los filtros spam		
AMD	Detecta buzón y bots — conecta solo con personas reales		
IA Bot	Recordatorio 24/7 para el 100% de la lista	Negocia PTP en lenguaje natural — sin operador	Conversas alinhadas às normas de compliance em cobrança
SMS / WA	Recordatorio de fecha de pago + link SPEI	Notificación + seguimiento post-llamada	
In App Chats & Calls	Comunicación dentro de la app para impulsar pagos y fortalecer la experiencia del cliente		
Resultado	Pago antes del vencimiento	↑ PTP sin operadores	↑ Contact rate sin spam

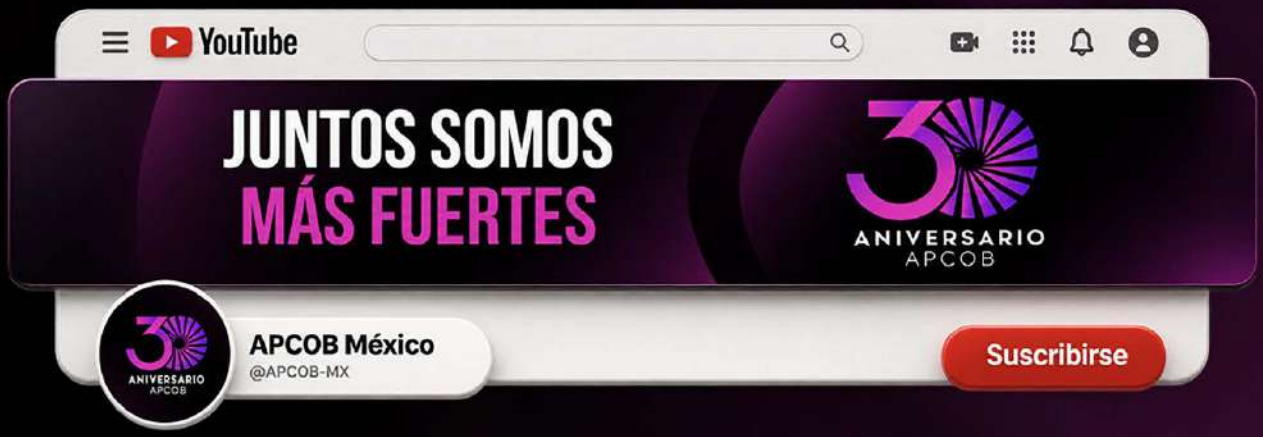
Identificamos puntos de mejora en tu tasa de contacto y sugerimos la mejor solución para tu operación

Agenda tu demo gratuita →

CONOCE EL LEGADO QUE TRANSFORMÓ LA COBRANZA:



Visita nuestro canal de YouTube para conocer más:



@APCOB-MX



MARCUS DANTUS

Fundador y presidente de Startup México, el programa más ambicioso para impulsar el emprendimiento y la innovación en el país, Marcus Dantus combina su trayectoria empresarial con la inversión y la formación de emprendedores.

Es socio de Impacta VC, Ananda Ventures, Dux Capital y el Fondo Ángeles en Guadalajara. Ha sido profesor en diversas instituciones, incluido el IPADE, en temas de innovación, capital de riesgo y emprendimiento. También ha participado durante siete temporadas como uno de los tiburones de Shark Tank México.

Actualmente, enfoca sus esfuerzos en apoyar la digitalización y profesionalización de las pequeñas y medianas empresas mexicanas a través de Mexico Limited.

“INNOVAR EN INDUSTRIAS TRADICIONALES: CÓMO LA TECNOLOGÍA REDEFINE SECTORES”

Las industrias con experiencia acumulada pueden encontrar nuevas oportunidades cuando se atreven a revisar sus procesos.

La cobranza es una actividad con prácticas consolidadas y conocimiento especializado. Sin embargo, esa trayectoria también plantea una pregunta: ¿qué procesos seguimos utilizando por costumbre aunque ya existan mejores alternativas? Marcus Dantus llevó la reflexión a CONVECOB 2026 con su conferencia *Innovar en industrias tradicionales: cómo la tecnología redefine sectores.*

La innovación no se reduce a incorporar plataformas. Comienza por reconocer problemas que vale la pena resolver: demoras en una aprobación, información que no llega a tiempo, pasos que generan errores o experiencias que complican la relación con el cliente. Definir con precisión el problema es indispensable para decidir si la tecnología aporta una mejora real.

La experiencia de quienes conocen la operación puede convertirse en una ventaja para detectar estas oportunidades. Revisar los puntos de fricción y escuchar a las personas que ejecutan los procesos permite distinguir las soluciones útiles de las novedades que solo agregan complejidad.

La tecnología necesita ir acompañada del desarrollo del talento. Implementar una herramienta sin preparar a los equipos puede limitar sus beneficios o crear nuevos riesgos. El cambio sostenible requiere capacidades, responsables y criterios para evaluar los resultados.

La participación de Dantus deja una invitación práctica: identificar una dificultad concreta, diseñar una alternativa, probarla y aprender antes de escalar. Innovar es transformar la experiencia acumulada en soluciones capaces de responder a las necesidades actuales y futuras de la industria.

PRESENTADO POR
PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

IMPCOB



Certifícate en cobranza

Certificaciones CONOCER con validez de la SEP.

Complementa tu formación
con 3 niveles especializados.

Conoce todos los cursos y certificaciones en:

impcob.mx

Parte de **APCOB**

colektia

INFRAESTRUCTURA AI NATIVA DE COBRANZA

Cualquiera puede venderte un agente AI.

Nosotros sabemos dónde usarlo.

De cada **10 cuentas** de tu cartera:



8 las resuelve la AI más rápido

2 las negocia un humano

Nosotros sabemos **cuál es cuál: más recupero a menor costo.**

RESULTADOS EN CASOS DE USO

5.2x

ROI sobre la inversión

Fintech regional, de México a 4 países más

#1

Recaudo, 3 meses seguidos

Financiera en Colombia, +80% vs. control

3.6x

Menor costo de gestión

Banca, con 78% de contención en mora

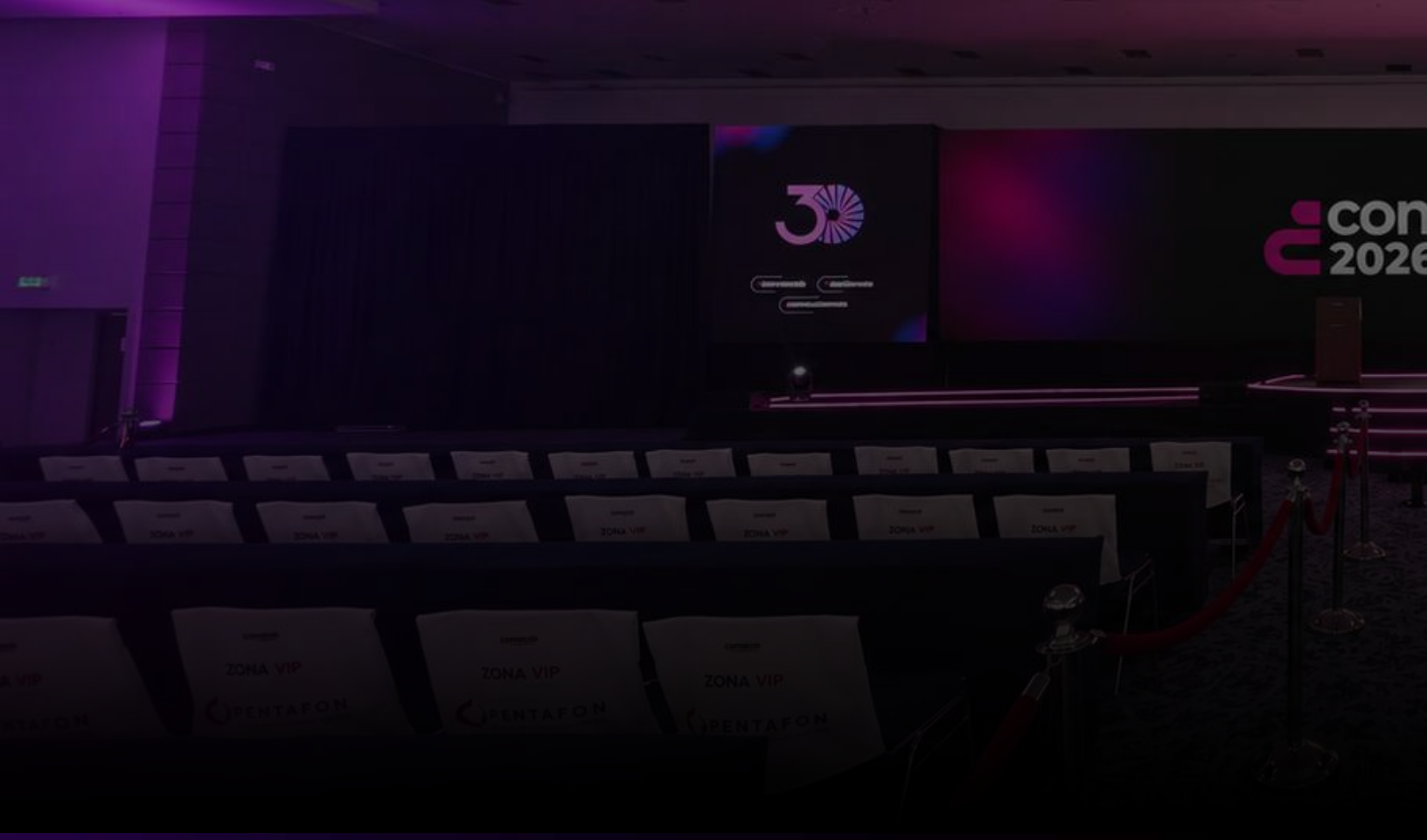
+400%

Compromisos de pago

Retail financiero, 100% digital con AI

¿Sabes cuáles 8 de tus 10 cuentas **debería cobrar la AI?**

www.colektia.com



GRACIAS POR SER PARTE

Detrás de cada gran encuentro hay empresas que creen en el poder de las conexiones, la innovación y el crecimiento de nuestro sector. En CONVECOB 2026, esa confianza permitió reunir a líderes, especialistas y profesionales de la cobranza y los servicios financieros para compartir experiencias, contrastar perspectivas y abrir nuevas conversaciones.

A nuestros patrocinadores, gracias por respaldar un espacio donde los retos de la industria pudieron abordarse desde distintas miradas. Su participación contribuyó a acercar conocimientos, soluciones y experiencias a una comunidad que busca fortalecer sus prácticas y prepararse para lo que viene.

Su apoyo estuvo presente en la experiencia del encuentro: en las ideas compartidas desde el escenario, en las conversaciones entre sesiones y en las oportunidades de conocer otras formas de trabajar. Cada uno de esos momentos dio sentido a una convención que encuentra su valor en las personas y organizaciones que la hacen posible.

Los temas que nos reunieron, requieren una conversación constante entre quienes forman parte del sector. Gracias por apostar por ese diálogo y por contribuir a un entorno donde es posible aprender de otras experiencias, reconocer desafíos comunes y explorar nuevas posibilidades de colaboración.

Esta edición deja aprendizajes y relaciones que pueden continuar más allá del evento. A cada una de las marcas que nos acompañaron, gracias por sumar su compromiso, su experiencia y su confianza a CONVECOB 2026.



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

VOICES

COPERVA

Moonflow

CCC UNO

ipcom

TAURUS next
ecosistema 360

telecommerce

belvo.

BEYRA JR
LOGÍSTICA JURÍDICA

colektia

contacta

DESPACHO JURÍDICO
EQC
EXPERTS

EAD
BPO

Japifon

Masiv

net2phone

OLOS

toku

voximplant

concentrix

MONTES Y MÁRQUEZ

RESSER

SERTEC

tapi

ASÍ SE **VIVIÓ**



El verdadero valor de CONVECOB no trasciende en un solo día. Permanece en las conexiones que construiste, las ideas que descubriste y las conversaciones que hoy pueden convertirse en alianzas, decisiones y nuevos proyectos.

Gracias a todos los que fueron parte de esta gran celebración. ¡Seguimos construyendo juntos el futuro de nuestra industria!


NOS VEMOS EN
2027
convecob.com

REVISTA convecob

DEFINIENDO EL FUTURO

IMPULSANDO LA INNOVACIÓN Y COLABORACIÓN EN LA COBRANZA



© 2026 Revista CONVECOB
Todos los derechos reservados
convecob.com