

# MÉTODO PARA COBRAR DEUDAS SIN PROCESO JUDICIAL

---

**RESUMEN  
CLASE NO. 1**

# ¿Con quién tiene éxito la cobranza tradicional?

Es innegable que la manera tradicional como se ha cobrado desde hace muchos años sí funciona. Las advertencias que se le hacen al deudor, hablarle bien unas veces y mal otras, ofrecerle oportunidades de pago, entender su situación, mostrarle la inminencia de un proceso judicial, entre otras, han sido las herramientas con las que los cobradores han logrado recaudar el dinero de millones de deudores alrededor del mundo. Pero, no de todos.

Una persona (natural o jurídica - moral o física) que paga después de recibir la gestión de la cobranza tradicional, realmente tiene algo para perder si no lo hace. Pueden ser bienes, reputación, tiempo, dinero, clientes, proveedores, contactos, etc.

Son deudores que no le pagaron al acreedor por una situación económica transitoria difícil, o porque están utilizando el dinero en otras actividades de las que esperan mayor beneficio, o no lo respetan, o creen que puede seguir esperando, o piensan que no tiene respaldo jurídico, o lo ven muy pequeño, o sienten que lo pueden manipular, o no lo necesitan en el futuro cercano, o dilatan el pago porque están acostumbrados a hacer, o por cualquier otra razón que tal vez el cobrador nunca conozca. Pero, al sentir el problema que se acerca, y con presión y estrategia, terminan pagando.

Pero, lamentablemente, los deudores que le pagan a la cobranza tradicional, no son muchos. Usted conoce la estadística: del total de una cartera por cobrar sólo se recauda entre un 10 y 20% de las deudas. Eso para el cobrador puede ser aceptable, pero para el acreedor puede significar nóminas que no se pagan, rentas que se incumplen, proveedores que suspenden créditos.

Yo conocí la cobranza tradicional hace diez años, y aún hoy se siguen utilizando las mismas estrategias y expresiones gastadas a las que nadie les tiene miedo.

¡No es posible que se siga utilizando un recurso cuyos resultados no deja satisfecho a nadie!

Métodos o estrategias para alcanzar los objetivos de marketing. Los planes de marketing empiezan con la identificación de las necesidades del cliente a través de la investigación del mercado para ver cómo la empresa puede satisfacer estas necesidades y generar un nivel de retorno aceptable.

# Deudores críticos

Para definir un deudor crítico es suficiente una sola frase: no tiene nada qué perder, ni nada qué ganar, si no paga.

Un deudor crítico le debe a usted y a otros 10 acreedores más, no tiene bienes, ya lo reportaron en el buró de crédito (centrales de riesgo), nadie confía en él, ya no tiene expectativas de reactivar su vida crediticia, ya tiene demandas en contra, ha sido o puede ser embargado (o ni siquiera eso porque no tiene qué embargarle) y, muchas veces, ni siquiera tiene una reputación por cuidar. Ya no le avergüenza deber. Y cuando el hombre pierde la vergüenza, lo pierde todo.

Por tanto, la lógica con la que piensa el deudor crítico es muy sencilla: «¿para qué pago si voy a seguir igual, si nada va a cambiar en mi vida?»

Teniendo claro cuál es la situación del deudor crítico, revisemos las creencias equivocadas de la cobranza tradicional:

- El deudor «tiene» la obligación de pagar.

El deudor sabe que nada lo puede obligar a pagar. Y sabe, además, que deber dinero no es delito.

- Querer negociar con el deudor.

¿Negociar?

¿Negociar qué si al deudor no le interesa pagar? Las negociaciones tienen un punto en común: las dos partes se necesitan. Por ejemplo, el vendedor propone un precio y el comprador contraoferta, pero es evidente que el uno quiere vender y el otro comprar.

En la cobranza no hay una negociación porque el deudor no quiere pagar.

Por creer que la cobranza es una negociación, el cobrador termina haciendo descuentos de honorarios, intereses y muchas veces hasta del capital adeudado.

Utilizar la misma estrategia de cobro para todos. De eso hablaremos más adelante.

Recuerde que hay tres razones por las cuáles pagar una deuda de un producto que ya se consumió, o de un servicio que ya se disfrutó, es difícil:

1. Pagar implica un gasto de energía.

Recuerde que el dinero es energía concentrada en billetes. Y a un deudor que no tiene la obligación de pagar le cuesta mucho entregarle el fruto de su trabajo.

2. Pagar implica un costo de oportunidad.

Por pagarle a usted, el deudor dejará de comprar algo que sea verdaderamente importante para él.

3. Pagar una deuda a crédito tiene cero recompensas. Si el producto ya se consumió, ¿Qué gana el deudor si paga la deuda?

# Desencadenantes del pago

Para determinar cuál esa gestión de cobro idónea que debe recibir un deudor, es importante tener claro las razones que hay detrás del hecho de pagar. Es decir, definamos de una vez por qué un deudor paga:

## 1. Miedo.

Todos sabemos que la principal razón por la cual pagamos es el miedo. Y la cobranza tradicional también lo sabe, por eso es el desencadenante más usado en la gestión de cobro. Embargos, demandas, desalojos, reporte en central de riesgo (Buró de crédito), entre otros, son los argumentos más utilizados por los cobradores.

Los seres humanos priorizamos nuestros pagos de acuerdo al daño que podríamos recibir si no lo hacemos.

Por ejemplo, si usted tiene que pagar hoy una factura del servicio de electricidad de su casa, y también debe pagarle a un familiar un dinero que le debe, es muy probable que prefiera posponer el pago de la obligación con su pariente, para poder cumplirle a su proveedor de energía eléctrica.

Tenemos miedo, básicamente, a que nuestra vida cambie si no pagamos. Todo lo que modifique de alguna nuestra vida nos asusta, nos duele. Es inevitable: tenemos el mandato biológico de alejarnos lo que más podamos del dolor.

## 2.

### Expectativa de ganar algo.

La expectativa de ganar algo es otra de las razones por las que pagamos una deuda. Sin embargo, hay que tener en cuenta que no es un desencadenante tan fuerte como el primero. Pero funciona.

Pagamos para quedar bien con una persona, para que nos amplíen la capacidad de endeudamiento, para generar confianza, para abrirnos puertas, para acumular puntos de fidelización con el proveedor, etc.

Si tuviéramos cómo medirlo, podríamos decir que la expectativa de ganar algo se lleva un 10% del puntaje a la hora de pagar.

Si el deudor puede ganar algo por pagarle hoy al acreedor «A», probablemente acceda a hacerlo. Pero si al mismo tiempo el acreedor «B» lo puede perjudicar en algo si no cumple con su obligación, preferirá evitar el problema con el segundo, por encima de la ganancia que le propone el primero.

Pero funciona, por eso lo utilizamos en uno de los pasos del procedimiento. A veces, puede ser el factor decisivo entre pagarle a un acreedor o a otro. Con este desencadenante logramos inclinar la balanza a nuestro favor.

### 3. Doliente.

La tercera razón por la que accedemos a pagar una deuda es porque tenemos a una persona muy cercana convenciéndonos de pagar.

Llamamos «Doliente» a la persona más cercana al deudor principal a la que puede acceder el cobrador.

Si el doliente se convence de la importancia de pagar, utilizará los argumentos precisos que necesita el deudor para convencerse de pagar.

Hay que tener en cuenta que en algunas legislaciones no es permitido que una persona diferente al deudor principal se entere de la obligación. Sin embargo, si en su país es permitido, aliarse con el doliente es muy útil.

Como lo veremos más adelante, el doliente tiene un enorme poder de persuasión frente al deudor.

#### **Advertencias en cobranza:**

Las advertencias, o mal llamadas «amenazas», son motivadores que utiliza el cobrador para lograr el pago de una obligación.

Las advertencias, por supuesto, se basan en el miedo. Por eso funcionan: por el miedo. El problema de la cobranza tradicional es que el cobrador cree que todos sentimos miedos por las mismas razones. Y no. Resulta que el miedo funciona, pero solo si lo personaliza. De eso hablaremos en la siguiente clase.

De nada sirve decirle al deudor que usted lo va a demandar si él no tiene bienes o ha sido demandado por otros acreedores.

El problema de la forma cómo los cobradores realizan su gestión es que no genera el suficiente miedo al deudor. Utilizan libretos genéricos con el que le cobran de la misma manera a cualquier perfil, sin importar si es un alto ejecutivo, un empleado de bajo perfil, un empresario o un desempleado.

El miedo, como lo veremos en la próxima clase, funciona solamente si lo fabrica a la medida del deudor.



Para que el deudor pague, es indispensable que entienda lo que le puede pasar si no lo hace.

Es importante que los argumentos de cobro estén diseñados a la medida del deudor. Es decir, no es eficaz cobrarle de la misma manera a un empleado de bajo perfil, a un gerente, a un empresario, a un dueño de negocio o a un desempleado. Cada advertencia debe ser fabricada exclusivamente a la realidad del deudor.

El deudor no paga si no tiene claro para qué le sirve pagar: qué problema le va a evitar, o qué va a ganar si lo hace. Y si no ha pagado, es porque aún no ha visto ni lo uno ni lo otro.

### Argumentos

Las mal llamadas «amenazas», deben coincidir con la realidad del deudor. ¿Por qué? Porque si no le acerca el problema a su realidad, no lo va a sentir propio.

Es muy diferente que usted le diga a un deudor que lo va a embargar, a que le diga claramente lo que le puede embargar.

Tenga en cuenta que en el video de la clase utilizo el ejemplo de embargar muebles y enseres. Y hago referencia a decirle al deudor que el embargo puede ser de un televisor, un mueble o una bicicleta. Sin embargo, recuerde que en algunas legislaciones no es posible embargar este tipo de elementos.

Lo más conveniente es hacerle referencia al deudor únicamente a muebles y enseres, sin especificar a qué artículos hace referencia.

¿Por qué?

Porque la mayoría de legislaciones solo permite embargar, en cuanto a muebles y enseres se refiere, artículos suntuarios: mas no los de primera necesidad.

### Cómo conocer la realidad del deudor

- Escuchar, escuchar y escuchar.
- Escuche todas las excusas del deudor: siempre le hablan de su realidad.
- Las excusas son muy útiles, pero no permita que le quiten las ganas de seguir cobrando.

### Cómo hacer que el deudor entienda lo que le puede pasar si no paga:

- Encontrando su realidad.
- Adaptándole el argumento de cobro (la advertencia) a su realidad.
- Expresándole la advertencia en positivo (para que no la cuestione).

Para que el deudor le crea los argumentos de cobro (las advertencias) al cobrador, es necesario que se dé cuenta de lo que les pasó a otros por no pagar.

### Pasó (Cobranza indirecta)

Si la publicidad se encarga de mostrarle al comprador el lugar ideal donde va a llegar después de comprar el producto, la cobranza debe encargarse de mostrarle al deudor el lugar horrible al que va a llegar si no paga.

### Pauta en redes sociales

Se trata de diseñar imágenes que contengan información de los resultados de su empresa, y subirlas a Facebook, Instagram, etc. para que el deudor se dé cuenta de lo que su agencia de cobranza es capaz de hacer.

Es la «prueba social» que necesita el deudor para que confirme que lo que usted le está diciendo que le va a hacer, ya lo ha hecho con otros.



Puede hacerlo por dos caminos:

- Instalando un píxel de Facebook a su página web.  
Con el listado de números de celulares de sus deudores.

Una persona con conocimientos en marketing digital le puede ayudar. Si necesita ayuda, déjeme el comentario en la clase para grabar un video explicando cómo hacerlo.



### ¿Cuál es el objetivo de la pauta en redes?

- Demostrarle al deudor que sí cumplimos la promesa.
- Quitarle al cobrador la responsabilidad de asustar al deudor.

Proyectar poder sobre el cobrador, sin necesidad de que él lo mencione.

Vea los ejemplos de la pauta en los otros archivos adjuntos que están en la plataforma.

# El Doliente

Tal vez le ha pasado. Si usted es el dueño de una empresa (o es la persona que finalmente autoriza los pagos en su empresa), seguramente ha sentido cómo la persona que gestiona su tesorería le ha recomendado encarecidamente pagarle a un proveedor. Las facturas del recomendado se las deja en la ubicación precisa

en la que usted podría autorizarlas (generalmente, por encima de las de los otros acreedores). Y no solo eso, refuerza su petición diciéndole algo que definitivamente lo termina de convencer. Total, hay que pagar.

Si usted es esa persona cercana al dueño de la empresa sabe perfectamente de qué le estoy hablando: un proveedor lo llama, lo convence, le recomienda encarecidamente el pago, se gana sus afectos y, sabiendo que le deben, sabiendo que en algún momento habrá que pagarle, decide ayudarlo a gestionar el dinero.

Y si usted no es ni el uno ni el otro también sabe con quién debe hablar, dentro de su empresa, para conseguir que le paguen al acreedor que necesita. El doliente es cualquier persona que le habla al oído al deudor. Puede ser un empleado, un amigo, un pariente. Y por ser tan cercana al deudor, y por tener un poder de persuasión tan alto, la incluimos dentro del Método.

Claro, en la mayoría de países no es posible cobrarle a una persona al deudor. Por eso, siempre hago la aclaración que funciona muy, primordialmente, cuando el deudor es una empresa.

Pero hay que dejar claro cuál es el verdadero poder que tiene el doliente:

a. Sabe exactamente cómo cobrarle al deudor.  
Si es un deudor normal (me refiero a que no es un amigo personal del acreedor), es obvio que no conocemos tan bien al dueño de la empresa como para saber cuál es el argumento correcto para cobrarle. Si usted le habla fuerte, de pronto no se inmuta. Si le habla de demanda, tal vez esté acostumbrado a escuchar ese tipo de advertencias. Si es amable con él, probablemente no lo convenza. En cambio, la persona cercana a él sabe exactamente cuál es el argumento preciso que logra convencer al jefe de pagar. Tiene claro que, dependiendo la situación y el acreedor, debe recomendarle el pago de una u otra manera.

Esto no es poco. A veces autorizamos pagarle a un acreedor específico no porque nos importe cumplirle a él, sino por la presión que nos hace la persona que nos habla al oído. Haga memoria y verá.

b. Sabe exactamente cuándo cobrarle al deudor.  
La persona que le habla al oído al deudor sabe lo que usted no: cuándo y cuánto dinero le llega. Por eso prefiere no mencionarle el tema hoy porque sabe que no tiene dinero para pagar. Pero mañana, cuando a las dos de la tarde le entre un pago, le dirá justo en ese momento lo que necesita oír para que acepte pagar.

Como vemos, una persona de confianza es capaz de persuadir mucho más al deudor que todos los proveedores juntos. Saber cuándo y qué decirle es una ventaja inestimable.



El deudor necesita al menos un desencadenante para pagar. Es decir, necesita razones ciertas, que le lleguen a su realidad, para realizar el pago. Por eso, todas las acciones que realice el sistema de gestión de cobro deben tener los desencadenantes del pago. Llamar a recordarle el pago al deudor no funciona. Toda llamada debe servir para dejarle claro por qué debe pagar. Transmitirle miedo al deudor, o comunicarle que puede ganar algo.

### **¿Cuál es el problema con el miedo que despiertan los cobradores tradicionales?**

Que el cobrador pretende que su posición, su profesión, su manera de hablar o sus argumentos generen miedo. Pero no, así no funciona. Y tampoco es útil. Ante un cobrador con intención de hacer daño, el cobrador puede romper el vínculo inmediatamente. Y lo rompe, bien porque sienta miedo, o bien porque no lo sienta en absoluto.

El miedo no es algo que se genere de manera espontánea en el deudor. Recuerde que si no le ha pagado es porque siente que nada le va a pasar. Para generar miedo, es indispensable construirlo llamada tras llamada, notificación tras notificación, estímulo tras estímulo.

### **¿Qué pasa cuando el cobrador quiere generar miedo y el deudor no paga?**

Que se le acaban los recursos al cobrador. Ya no tendrá cómo asustarlo. El deudor entiende rápidamente que todos los argumentos que utilizaba el cobrador no tenían ninguna intención real de perjudicarlo, solo de generarle presión.

### **¿Cómo generar miedo, entonces?**

Haciéndole ver al deudor que la que tiene intención y capacidad de perjudicarlo es la agencia de cobranza. Es el equipo jurídico el que puede y quiere cumplirle las promesas que el deudor recibe. El cobrador nunca debe ser el causante del miedo que se le quiere sembrar al deudor. El cobrador no es malo, no quiere perjudicarlo. Al contrario, le quiere ayudar.

### **El cobrador**

Sin duda, el eje de toda la estrategia es el cobrador. Yo mismo he intentado automatizar el 100% del proceso de cobranza y nunca he tenido los mismos resultados que cuando hay un cobrador en medio de la estrategia.

### **Objetivos del cobrador**

- ♦ Dejarle claro al deudor que detrás de él hay una agencia de cobranza que tiene todas las herramientas jurídicas para conseguir el recaudo. Y que, además, no tiene ninguna intención de negociar con él.
- ♦ Conseguir información del deudor, para la personalización de las consecuencias jurídicas.

### **Papel que representa el cobrador**

El cobrador es un mediador. Es el intermediario entre una agencia de cobranza muy grande y el deudor. Es el encargado de contarle al deudor el procedimiento que ejecutará la agencia para conseguir el recaudo.

**Actitud del cobrador**

- No cobrar directamente.
- Respetar al deudor.
- Mostrarse útil para el deudor.
- Siempre que lo llame, darle información sobre cómo avanza el expediente.
- Entender que no está más abajo ni mucho más arriba que el deudor.

**Recuerde:**

- Las expresiones «cobro prejurídico», «cobro extrajudicial» y similares, ya no tienen fuerza. Ya no asustan a nadie.
- Si usted es un cobrador independiente también debe tener logo y correo corporativo.

### Sistema de Gestión de Cobro

- ♦ Cobranza directa (Puede): Whatsapp, Telegram, llamadas pregrabadas, correos electrónicos, correo físico, etc.
- ♦ Cobranza indirecta (Pasó): Anuncios por redes sociales.
- ♦ Cobrador (Puede y Pasó): Encargado de reforzar el mensaje de la severidad de la agencia de cobranza.

### Estrategia

Antes de explicar la estrategia, debe recordar que nos referimos a deudores críticos. Personas que no tienen ninguna intención de pagar, que no han visto la conveniencia del pago. Por eso, hacemos un trabajo de persuasión durante 17 días, en el que se siembre el problema en la mente del deudor.

### Importante:

No significa que todos le van a pagar en 17 días. Lo que busca el método es que pueda recaudar antes de avanzar al siguiente paso. Son siete pasos en total, en los que conforme avanza le van pagando algunos, y van quedando los deudores más críticos. Es decir, al paso seis y siete llegan los deudores que por ninguna razón pensaban pagar. Pero, como ya lo hemos dicho, los deudores menos críticos le irán pagando en la medida que ejecute cada uno de los pasos del procedimiento.

**Durante 17 días nos encargamos de crearle el problema al deudor.**

Ya dijimos que los desencadenantes del pago (el miedo a perder algo y la expectativa de ganar algo) no se generan de manera inmediata ni de forma espontánea. Es un proceso en el que poco a poco le va quedando claro el mensaje al deudor.

**¿Por qué debemos recrear el problema al deudor?**

Porque al deudor no le interesa pagar. No lo olvide. El deudor no tiene ninguna intención de pagar. Y necesitamos que la negociación pueda darse.

**La negociación con el deudor no es acerca del dinero, sino de qué forma el cobrador le va a ayudar a salir del problema que se le avecina.**

**¿Por qué 17 días?**

Porque tiene que darle suficiente tiempo al deudor para que sienta que es posible conseguir el dinero. Si solo le da tres o cinco días para pagar, es probable que ni siquiera haga el esfuerzo de conseguirlo. Sin embargo, y como ya dijimos, no todos los deudores se tomarán los 17 días. ¿Por qué? Porque el Método está diseñado para que en cada paso los deudores vayan generando el pago.

---

### **Objetivo de la estrategia**

- Dejarle claro al deudor cuál es el procedimiento que seguirá la agencia de cobranza para recuperar el dinero.
- Mostrar una agencia de cobranza fuerte, sólida, grande.
- Generarle presión por medio de la cobranza directa y cobranza indirecta.
- Que el cobrador se convierta en el «doliente» del deudor.

### **Procedimiento de Cobranza**

1. Antes de la primera llamada, incomode.
2. Rompa el patrón.
3. Notificaciones. Sentido de la urgencia.
4. Presión telefónica.
5. Ofrezcale una referencia comercial.
6. Acuerdos de pago estratégicos.
7. Presión telefónica.

## Procedimiento de cobranza

### Paso 1

Antes de llamar, incomode.

### Primera aparición de la agencia de cobranza.

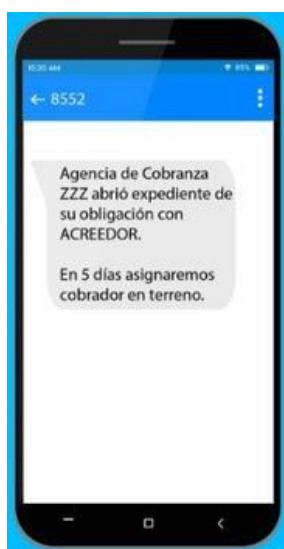
La primera impresión (percepción inicial) del deudor, frente a su agencia de cobranza, debe ser que es grande, fuerte y que no busca negociar con él.

### ¿Por qué?

Porque de esa manera respetará al cobrador. Además, es más probable que lo escuche, que le conteste las llamadas, que quiera hablar con él. Porque si la agencia de cobranza se muestra fuerte, el deudor valorará la amabilidad del cobrador. De esta manera, el cobrador no tendrá que mostrarse hostil frente al deudor.

### Día 1

La Agencia de Cobranza envía una notificación al deudor, vía mensaje de texto (SMS), con el siguiente mensaje:



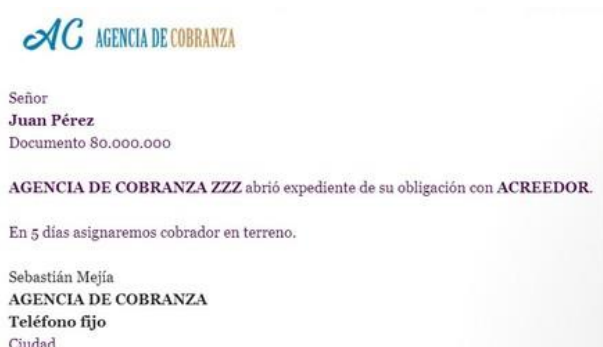
### Agencia de Cobranza

----- abrió expediente de su obligación con

-----

En 5 días asignaremos cobrador en terreno.

Si tiene correo electrónico del deudor, le envía al mismo tiempo el siguiente mensaje:



### Recuerde:

- La persona que firma el correo no debe ser el cobrador que tiene asignado el caso del deudor.
- La primera notificación debe ser enviada entre 4 y 5 pm (antes de finalizar la jornada laboral).
- No enviar la notificación desde el correo del cobrador, ni desde el celular del cobrador asignado al caso.



**Procedimiento de cobranza****Paso 2****Rotura de patrón****Día 2****Primera llamada del cobrador.**

Tenga en cuenta que el deudor pensará que el cobrador que lo contacta es hostil, agresivo, fuerte. Por eso, es importante que el tono de la voz sea amable. Recuerde que la amabilidad nada tiene que ver con exceso de confianza.

**Objetivos de la llamada:**

- ♦ Dejarle claro que el cobrador no tiene la intención de hacerle daño.
- ♦ Obtener la mayor cantidad de información acerca de la realidad del deudor.
- ♦ «Personalizar el daño», entendiéndose como la manera en que le adaptamos las consecuencias de un posible proceso a su realidad.
- ♦ Dejarle claro cuál es el procedimiento de cobranza.
- ♦ Aprovechar la excusa que el deudor da para decirle que no le vamos a enviar los cobradores en terreno.

**Muletilla (frase que utilizamos cuando el deudor se enoja):**

Recuerde que, si el deudor no le contesta el teléfono, puede enviarle esta misma frase por mensaje de texto, Whatsapp, correo, etc.

«Juan, yo no llamo a cobrarle. Llamo a contarle que la agencia de cobranza tiene su expediente y quiero contarle en qué etapa está. Yo creo que le conviene escuchar.»

**Libreto sugerido para primera llamada:**

«Juan, buenos días.

«Le habla Alexander García, de la Agencia de Cobranza ZZZ.

«¿Cómo está?»

-----

(Recuerde utilizar la muletilla si el deudor se enoja)

«Juan, la Agencia de Cobranza le abrió un expediente por su obligación pendiente con el acreedor\_\_\_\_\_».

Antes de explicarle cuál es el procedimiento que sigue la Agencia para recuperar el dinero, me gustaría que me cuente qué ha pasado, por qué no ha podido cumplir el compromiso.»

-----

«Entiendo, Juan.

«Mire, lo primero que hace la Agencia de Cobranza es asignarle un cobrador en terreno, pero con lo que usted me está diciendo voy a dejar la novedad para que se lo suspendan temporalmente.

«Le cuento cuál es el procedimiento:

«Tan pronto se abre un expediente como el suyo, dura 15 días en un trámite interno. En esos días la empresa se encarga de reunir toda la documentación para iniciar el procedimiento. Y tan pronto se cumplan los 15 días le vuelven a asignar el cobrador diario. Y en ese momento se hace la solicitud ante el juez para

\_\_\_\_\_ (personalice el resto de la frase).

Desde esta tarde o desde mañana le van a enviar unas notificaciones en donde le van a explicar el procedimiento, le relacionan el estado de cuenta y le especifican cuántos días faltan para terminar el trámite interno.

«Revise su situación, y yo vuelvo y lo llamo»

#### **Recomendaciones:**

- Realizar la llamada en la mañana.
- El cobrador debe llamar con un tono de voz que llame la atención del deudor **(recuerde fortalecer habilidades blandas)**.
- El cobrador se encuentra en la misma posición que el deudor: ni más arriba, ni más abajo. La única diferencia que hay entre el deudor y el cobrador es que el segundo tiene información que al primero le interesa. Nada más. Todo eso.

## Procedimiento de cobranza

### Paso 3

#### Notificaciones contundentes

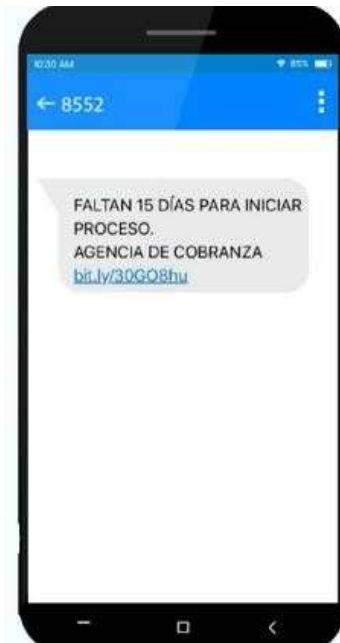
Desde día 3 hasta día 17

#### Objetivo de las notificaciones:

- Recordar el sentido de la urgencia.
- Hacer presencia en la mente del deudor.
- Enviarle el estado de cuenta.
- Dejarle claro que la agencia de cobranza no olvida la deuda.

#### Notificaciones por SMS (mensaje de texto):

- Frecuencia: diaria. Desde día 3 hasta día 18.
- Contenido: Faltan 15 días para iniciar proceso. Agencia de Cobranza. Faltan 14 días para iniciar proceso. Agencia de Cobranza Etc.
- Puede incluir la dirección de su página web para que el deudor la visite y pueda mostrarle avisos por redes sociales.
- Recomendación: enviar el SMS desde una plataforma y no desde un celular. Si se envía desde un celular, no debe ser el del cobrador. ¿Por qué? Porque el cobrador no cobra. O, al menos, no de esa manera.



#### Notificaciones por correo electrónico, Whatsapp, Telegram o correspondencia física:

- Frecuencia: cada dos días. Desde: día 3 del procedimiento.
- Contenido:
  1. Branding de su empresa.
  2. Cuenta regresiva.
  3. Información de inicio de proceso judicial.
  4. Descripción del procedimiento que seguirá.
  5. Estado de cuenta con los intereses y gastos de cobranza actualizado.
  6. Fundamento jurídico acorde con la Personalización del argumento que ha utilizado para presionarlo.
  7. El remitente no puede ser el cobrador. Sugerimos que sea la Agencia de Cobranza.

Bogotá D.C., 25 de febrero de 2020

Señor  
JUAN PÉREZ  
C.C. 80.000.000  
Ciudad

**FALTAN 14 DÍAS  
PARA INICIAR PROCESO JUDICIAL**

Queremos informarle que a partir de hoy usted cuenta con **14 días calendario para saldar su obligación** con **Nombre del acreedor**. Si pasado ese tiempo la negativa a pagar aún persiste, iniciaremos proceso judicial inmediatamente.

**PROCEDIMIENTO DE COBRANZA**

- Lunes 13 de marzo de 2020
- Radicación de Proceso Ejecutivo y solicitud de Medidas Cautelares: inmuebles, fungibles, muebles, enseres.
- Mandamiento de pago.
- Registro en Rama Judicial (**Registro consultado por Centrales de Riesgo, Entidades Crediticias, Clientes, Acreedores y Empleadores**).
- Radicación de oficios de embargo:  
Oficina de instrumentos públicos.  
Tránsito.  
Entidades bancarias: BBVA, etc.

Concepto	Fecha Emisión	Fecha Vencimiento	Días de mora	Capital adeudado	Intereses de mora	Gastos de cobranza	Total a pagar
Factura 83	25/11/2019	24/12/2019	63	\$500.000	\$29.400	\$105.000	\$634.400
Factura 115	27/12/2019	26/01/2020	30	\$700.000	\$10.000	\$75.000	\$785.000
<b>Subtotal</b>				<b>\$1.200.000</b>	<b>\$39.400</b>	<b>\$180.000</b>	
<b>Total a pagar:</b>							<b>\$1.419.400</b>

**Fundamento jurídico:**  
Código Civil - Artículo 2488  
«Toda obligación personal da al acreedor el derecho de perseguir su ejecución sobre todos los bienes raíces o muebles del deudor, sean presentes o futuros, exceptuándose solamente los no embargables designados en el artículo 1677».

Si ya realizó el pago de la obligación, por favor envíe el comprobante de pago al correo [ejecuciones@agenciacobranza.com](mailto:ejecuciones@agenciacobranza.com) para detener el proceso.

Para transferencias y/o consignaciones:  
Banco Davivienda  
Cuenta de ahorros  
No. 0000 0000 0000 0000  
Titular: \_\_\_\_\_

Realice el pago  
Antes de iniciar  
Proceso.  
Evite trámites judiciales.

Agencia de Cobranza – Tel. \_\_\_\_\_ - Dirección \_\_\_\_\_ - Ciudad \_\_\_\_\_

Relacione aquí todas las consecuencias que tendrá el deudor por no pagar.

Es decir, todo el procedimiento que se ejecutará una vez vencido el término.

De todas las leyes, artículos, códigos, etc., que autoricen la cobranza debe relacionar únicamente las que más podrían perjudicar al deudor.

### Recuerde:

- Es importante que en cada llamada el cobrador le haga el comentario al deudor de las notificaciones. Cualquier comentario. Por ejemplo: «Me di cuenta que le enviaron una notificación diciéndole que faltan 10 días para iniciar el proceso». Estos comentarios sirven para que el deudor no ignore las notificaciones.
- Instale Mailtrack en su correo para hacer seguimiento.

## Procedimiento de cobranza

### Paso 4

#### Presión telefónica

La cantidad de llamadas que se le realizan al deudor puede variar. Depende, básicamente, del desarrollo de la conversación, y de la percepción que tenga el deudor del cobrador.

Todas las llamadas que usted le realiza al deudor son para cobrar, por supuesto; pero ese no es el objetivo directo de la llamada. No es la intención que debe percibir el deudor del cobrador.

Cada llamada que realice el cobrador debe tener un único objetivo: informarle al deudor en qué etapa está su expediente. Recuerde que esa es la forma de cobrar: contándole al deudor que algo está pasando dentro de la agencia de cobranza, y que por eso mismo le sugerimos solucionar cuanto antes el problema.

**Nunca puede olvidar que al deudor no le importa la deuda**, lo que le importa es que la realidad no se la modifique un problema que tenga con usted. Por eso, la manera de cobrar no es hablando del dinero, sino del problema que se le avecina.

Sin importar la cantidad de llamadas que le haga, hay dos mensajes que se le deben transmitir al deudor para generarle presión y que, sin cobrar directamente, le cobre. Recuerde que el cobrador no cobra directamente, y la forma de solicitar el pago de la deuda es diciéndole al deudor que su proceso ha avanzado de una etapa a otra, y que por eso es importante que realice el pago.

El objetivo de las dos llamadas es comunicarle al deudor los avances que va teniendo el proceso dentro de la Agencia de Cobranza.

#### Primera llamada

Libreto sugerido:

«Juan, buenos días.

«Le habla Alexander García, de la Agencia de Cobranza.

«¿Cómo está?»

«Juan, estaba pasando por la oficina de investigaciones y vi que su nombre está escrito en el tablero. Seguramente ya están buscando toda su información para saber a qué dirección le van a asignar los cobradores diarios».

(Darle espacio al deudor para que hable).

«Juan, le recomiendo que busquemos cómo solucionar la deuda. Todos los días veo a deudores que no quisieron hacer un arreglo a tiempo, y después se arrepienten con tantos problemas que se presentan».

(Darle espacio al deudor para que hable).

«Juan, ¿ya revisó cómo va a solucionar el problema?».

#### Segunda llamada

Libreto sugerido:

«Juan, buenos días.

«Le habla Alexander García, de la Agencia de Cobranza.

«¿Cómo está?»

«Juan, me acabo de dar cuenta que su expediente ya lo subieron al segundo piso.

«Seguramente ya va a salir para despacho.

«¿Qué razón me tiene?

«Necesito darles alguna razón para poder ayudarle».



Fíjese muy bien que no hay un cobro directo. Tampoco hay advertencia directa. Lo que queremos es generarle presión dejándole claro cuál es la consecuencia de no pagar.

Además, el mensaje tácito que recibe el deudor es que la Agencia de Cobranza no está interesada en contarle cómo va el procedimiento. Es decir, está tan segura de hacerlo, que no tiene necesidad de informarle el trámite interno.

Puede utilizar cualquier excusa para llamar al deudor: que el proceso lo tiene el equipo jurídico, que el expediente lo recibió un cobrador en terreno, que se llevaron el caso para comité, etc. Todo le puede servir para cobrar.

Recuerde que al deudor no le importa la deuda, le importa el problema. Por eso, usted no llama a cobrarle directamente, su llamada se enfoca en transmitir lo que le va a pasar.

## Procedimiento de cobranza

### Paso 5

#### Oportunidad de vida (referencia comercial)

Sabemos que el deudor paga por:

- ♦ Miedo a perder algo.
- ♦ Expectativa de ganar algo.

Casi toda la estrategia va encaminada a mostrarle al deudor la pérdida. La razón es la siguiente:

El ser humano tiene una forma de valorar las pérdidas y las ganancias de manera diferente. Una pérdida nos hace sufrir mucho más de lo que nos hace gozar una ganancia.

Sin embargo, no sabemos qué desencadenante (estímulo) necesita el deudor para pagar. Por eso, después de haber hablado de la pérdida (personalizada, por supuesto) durante varios días, vamos a darle al deudor la posibilidad de ganar algo.

#### Contexto:

Un deudor crítico tiene todas las puertas cerradas. No tiene quién le otorgue crédito, quién le preste dinero. Y nadie confía en él. Pero nosotros, como Agencia de Cobranza, podemos ayudarlo a salir adelante con una Referencia Comercial, que él podrá utilizar para que otras personas se den cuenta que tiene no solo voluntad de pago, sino buen hábito de pago.

#### Referencia comercial:

La Agencia de Cobranza le otorga una referencia comercial en donde conste que el deudor ha cumplido con todos sus compromisos adquiridos hasta la fecha. Es importante cuidar mucho el lenguaje que se usa en la referencia, porque no puede dar a entender que el deudor se encuentra al día con su deuda, pero tampoco que debe dinero. (Adjunto una muestra).

#### ¿Cómo proponerla?

La estrategia funciona muy bien únicamente si se le sabe ofrecer al deudor. Antes de proponerle la referencia, primero el cobrador debe converse de lo grande que es el beneficio que se le está ofreciendo.

1. Elabore una referencia comercial para un deudor diferente al que se la va a ofrecer.

2. Envíele un correo (desde el correo del cobrador), o un mensaje de Whatsapp (desde el celular del cobrador), diciéndole que la Agencia de Cobranza brinda el beneficio de una referencia comercial a las personas que solucionen su situación. Además, le dice que le acabaron de enviar una a otro deudor, y que se la envía para que la vea. Esto funciona muy bien porque es prueba social (Pasó).

(Adjunto encontrará una muestra de la referencia comercial y del correo que debe enviar).

Una vez enviado el correo, y cuando esté seguro de que el deudor lo leyó, llámelo a decirle lo mismo. Si no revisa el correo, envíele un mensaje por Whastapp.

**Libreto sugerido**

«Juan, buenos días.

«Le habla Alexander García, de la Agencia de Cobranza.

«¿Cómo está?»

---

«Juan, nosotros en la Agencia de Cobranza realizamos unas certificaciones comerciales a las personas que solucionan su situación. Son documentos en donde certificamos que la persona ha cumplido con sus compromisos.

«Son muy útiles. Yo mismo he visto que las han utilizado para pedir créditos, para adjuntar en su curriculum, para entregarle a clientes...».

«Es que, imagínese que una agencia de cobranza le dé una certificación. Eso tiene una fuerza enorme.»

«Debería aprovecharla, Juan. Es una oportunidad inmensa para que se pueda reactivar.

«Lo único que necesito es que me diga cómo vamos a saldar la deuda.»

**Recuerde:**

- No hablar de pago, sino de solucionar la situación. Esto permite que sea el deudor el que hable del pague y no el cobrador.

- No hablar de acuerdos de pago.

- Fortalecer habilidades blandas.

## Procedimiento de cobranza

### Paso 6

#### Acuerdos de pago estratégicos

Hay dos tipos de acuerdos de pago: los que se hacen con deudores que tienen dinero para pagar, y otros acuerdos de pago que se hacen con deudores que no tienen nada de dinero para pagar. Con los primeros, es posible conseguir cuotas muy favorables para el cobrador (como del 30% del total de la obligación). Pero con los segundos, al no tener capacidad económica para abonar un porcentaje tan alto de la obligación, hay que aplicar la estrategia que acá vamos a detallar.

#### ¿Por qué se me ocurrió este acuerdo de pago?

Porque no me gusta trabajar con un deudor mucho tiempo y que al final no me dé ninguna utilidad. Con esta estrategia, si se hace bien, la mayoría de deudores llegan a un acuerdo. Esto me permite obtener algún beneficio de casi todos los deudores con los que trabajo.

#### ¿Para qué debe servir un acuerdo de pago?

1. Renovar el documento que soporta la deuda.  
El acuerdo de pago debe ser elaborado de tal forma que cumpla con todos los requisitos exigidos para ser demandado por vía judicial. El acuerdo de pago, además, debe contener la «Cláusula aceleratoria». En Colombia conocemos como Cláusula Aceleratoria, la disposición que permite al acreedor reclamar judicialmente el total de la obligación pendiente por pagar, cuando el deudor se atrasa en una de las cuotas. (Adjunto acuerdo de pago válido para Colombia. Adáptelo a las leyes de su país).

2. Conseguir codeudor (garante).

Si hace bien, si se propone bien, los acuerdos de pago deben servir para que el deudor aporte un codeudor (garante) en el acuerdo de pago.

3. Operar la falacia del costo hundido.

Si logramos que el deudor crítico, el muy crítico, el deudor que no tiene dinero, logre pagar al menos un 30% de la obligación, para él será mucho más difícil dejar de pagar el saldo.

#### Explicación:

Si un deudor no paga el producto o el servicio que consumió, no pierde nada. Al contrario, gana. Recibió el producto y no lo pagó. Pero, si el deudor paga un 30% (aprox) de la obligación, y no paga el resto, se quedará con el problema de la Agencia de Cobranza. Es decir, va a sentir que «perdió» el 30% que abonó, porque se quedó con la deuda.

Para que esto funcione, hay que hacerlo bien.

#### Estrategia

Recuerde que en este punto el cobrador ya ha generado una afinidad grande con el deudor. El deudor debe verlo como su «doliente». (Habilidades blandas).

El objetivo es lograr que el deudor crítico realice un acuerdo de muy favorable para él. Si no puede pagar, hay que proponerle un acuerdo con cuotas que vayan entre un 3 y un 10% del total de la obligación.

### ¿Por qué ofrecerle cuotas tan cómodas?

Porque necesitamos que acepte. Porque necesitamos exigirle un codeudor (garante). Porque después de que el deudor le haya pagado un 25 o 30% del total de la obligación, usted le lo deja de recordar. Y, al dejar de recordarle las cuotas, es muy probable que incumpla. Cuando el deudor incumpla, y una vez haya pagado un porcentaje de aproximadamente el 30%, usted anula el acuerdo de pago por incumplimiento.

En ese momento, ya el deudor tiene algo para perder (el dinero abonado a la deuda). Y la negociación es más favorable para el cobrador.

¿Qué hacer cuando el deudor incumple el acuerdo de pago?

No enojarse, no romper el vínculo. Simplemente, se vuelve a comenzar el procedimiento desde el paso uno, diciéndole al deudor que, al haber incumplido el acuerdo, la Agencia de Cobranza reinicia el trámite interno y, por lo tanto, tiene 15 días para conseguir el saldo del total de la obligación.

Funciona, funciona muy bien. Pero solo si lo hace bien, y si fortalece las habilidades blandas.

- Faltando cinco días para terminar el «trámite interno», le intensifica las notificaciones enviadas por la Agencia de Cobranza (máximo permitido por la Ley de su país). Recuerde, solo le intensifica las notificaciones un día.
- Al día siguiente, le normaliza las notificaciones y le realiza una llamada:

Libreto sugerido:

«Juan, me di cuenta que le intensificaron las notificaciones. «Eso es porque no demoran en comenzar su proceso para... (personalizar la frase)»\_\_\_\_\_ (Darle espacio para que el deudor hable). Si no le habla de acuerdo de pago:

«Juan, yo le recomiendo que haga un acuerdo de pago para que después no pierda más dinero y, principalmente, mucho tiempo tratando de solucionar el problema».

El resto de la conversación depende de la disponibilidad económica que tenga el deudor, y de lo bien que se haya realizado la estrategia hasta ese momento.

Recuerde los elementos que juegan a su favor:

- Suspender las notificaciones.
- Referencia comercial.
- Si en su país aplica, le tendrá que suspender el cobro de intereses.
- Toda la información que el cobrador le ha llevado de la Agencia de Cobranza.

### Importante:

- Cuando el deudor acepte, no cerrar el acuerdo de pago en la misma llamada. Debe darle espacio para que él se imagine una vida sin el problema, sin la Agencia de Cobranza y sin usted.
- Después de una o dos horas, lo llama. En esa llamada le dirá que sí, que la Agencia de Cobranza aceptó el acuerdo, pero con una condición: Necesita un codeudor (garante).



## Procedimiento de cobranza

### Paso 7

#### Endoso de obligación

Pese a que la mayoría de los casos se terminan de resolver en el acuerdo de pago, siempre habrá deudores que por alguna razón no lo acepten. Sin embargo, de acuerdo a los análisis que hemos hecho de los casos en los que no se cierra el caso en el paso anterior, generalmente se debe a una gestión deficiente por parte del cobrador. El papel de las habilidades blandas juega un papel fundamental en todo el desarrollo del método. Por eso le recomiendo tanto que las fortalezca.

#### Endoso de obligación

El acreedor endosa la obligación a una persona que el deudor no conozca. El objetivo es que el deudor piense que el nuevo dueño de la obligación tiene la capacidad jurídica para cobrarle la deuda. Es importante que el nuevo acreedor no sea una persona conocida por el deudor. Si el deudor sospecha que el endoso es a una persona conocida, o que el nuevo dueño de la obligación tiene relación cercana con el acreedor, no funciona.

Es un efecto psicológico muy potente que funciona muy bien. Desde luego, todo depende de la manera como el cobrador maneje la situación.

Recuerde que el poder no es solo el que usted tiene, también es el que el deudor cree que usted tiene. Por lo tanto, el cobrador debe recrearle al deudor la misma imagen hostil de la agencia de cobranza, en el nuevo dueño de la obligación.

Por supuesto, el nuevo acreedor no puede hablar con el deudor. Simplemente, el cobrador se va a encargar de hacer los mismos comentarios que hacía de la agencia de cobranza.

Es un juego psicológico que funciona muy bien.

¡Pero!

Sinceramente, en el paso seis debería terminarse el procedimiento. Es decir, casi todos los deudores deberían aceptarle la negociación del acuerdo de pago.

#### ¿Qué hacer si el deudor no paga en estos 17 días?

No todos los deudores terminan de pagar la totalidad de la deuda, por supuesto. Pero cuando el procedimiento se hace bien, es muy poco probable que un deudor no acepte la propuesta del acuerdo que le presentó en el paso anterior.

Sin embargo, si después del paso seis y siete no le paga, lo que debe hacer el cobrador es llamar al deudor a decirle que lo siente mucho, que lo quiso ayudar, pero que ya no puede hacer nada por él. Que ya hizo mucho por él. En ese momento, lo que generalmente sucede es que los deudores responden con una excusa. Tenga en cuenta que el cobrador ya debe ser un doliente. Después de escuchar las razones por las cuáles el deudor no pagó, el cobrador debe hacerle una propuesta:

«Juan, yo puedo sacar ya mismo su expediente de despacho, pero necesito que me dé una fecha concreta del pago.»

En ese punto, es importante que logre sacarle algo al deudor: el pago total, parcial o un acuerdo de pago (recuerde la falacia del costo hundido).

**Datos anecdóticos:**

- He contratado cobradores que desarrollan el Método con un deudor, y no logran el pago. Al finalizar los 17 días, espero una semana y le asigno el caso a otra persona.
- Tenga en cuenta que la cobranza es como la gestión comercial: no le agradamos a todos. Y usted se va a encontrar con deudores con los que le funciona muy bien la gestión de cobro, pero también hay otros a los que no podrá cobrarles porque no hubo empatía.
- Al contratar a una persona, la única habilidad en la que me fijo es en las habilidades blandas: no me interesa si sabe o no de cobranza, pero sí me gusta que maneje muy bien las relaciones interpersonales.

---

# Conclusiones

El hombre siempre ha buscado respuestas rápidas y caminos cortos a sus problemas y deseos. Y es obvio que el recaudo de cartera tampoco se escapa a ese anhelo. Todos quisiéramos un mensaje, una notificación, una llamada o cualquier cosa que con una sola acción nos dé el resultado que buscamos.

Y no. Ni la cobranza ni nada en la vida funciona así. Lo que sí existe son estrategias, caminos por recorrer, y habilidades que se van adquiriendo para mejorar los resultados.

Antes de irme, quiero recordarle las máximas de la cobranza para que nunca las olvide:

- La cobranza no es una negociación de dinero. Es una negociación para salir de un problema. Antes de cobrar, cree el problema.
- El deudor no tiene la obligación de pagar.
- Al deudor no le importa la deuda. Lo que le importa es que su vida no cambie por el problema.
- El único resultado posible que debe perseguir un cobrador es cobrar. Olvídese de la posibilidad de iniciar un proceso jurídico o de perder el dinero.

Gracias por escucharme, por la paciencia y por los comentarios. Gracias por darle la oportunidad al Método. Recuerde, las habilidades blandas le abrirán muchas puertas, no solamente las de los deudores.

