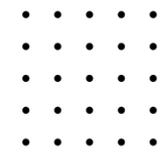


La Nueva Era de la Cobranza:

ChatGPT, Inteligencia Social y PNL
en la Negociación.

Presented By:

By Coach Randall Dengo



Módulos



Hacia donde vamos
en la cobranza con
la IA



El poder de las
palabras para negociar
con ChatGPT.



Lenguaje y
persuasión



Simulación



¿Qué tan buena es la IA para presionar?

Experimentos en Cobranza de Deudas

James J. Choi, Dong Huang, Zhishu Yang, Qi Zhang

Documento de Trabajo No. 33669

<http://www.nber.org/papers/w33669>

Oficina Nacional de Investigaciones Económicas

1050 Massachusetts Avenue

Cambridge, MA 02138

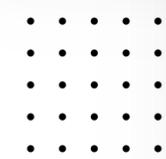
Abril de 2025

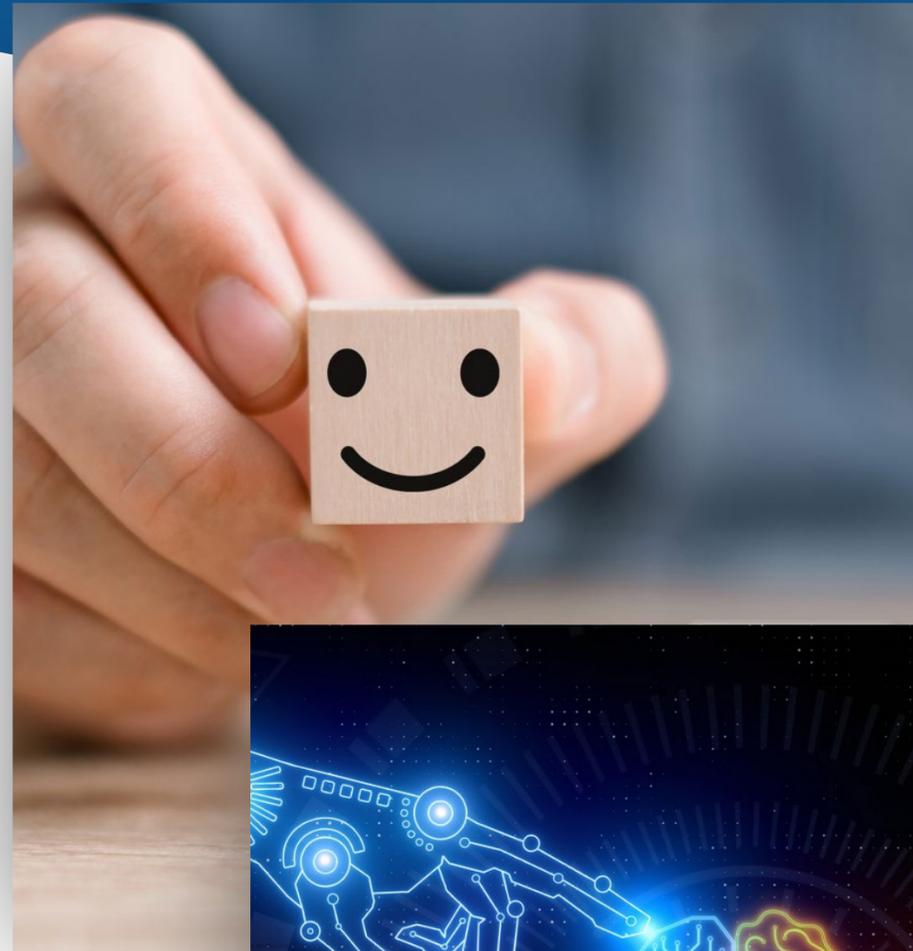
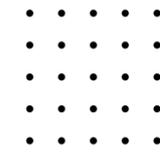


¿Qué tan buena es la IA para convencer a los seres humanos de realizar acciones costosas?

Estudiamos las llamadas realizadas para lograr que prestatarios consumidores morosos paguen sus deudas . Un diseño de regresión discontinua y un experimento aleatorizado revelan que la IA es sustancialmente menos eficaz que los operadores humanos .

- Encontramos que la IA es sustancialmente menos eficaz a la hora de “presionar” o “torcer brazos”. Además, la exposición a la persuasión ejercida por la IA reduce la cooperación posterior con la empresa que la emplea.
- Por ello, este tipo de influencia podría seguir siendo un área de ventaja comparativa para los humanos en un futuro en el que la IA sea ubicua.



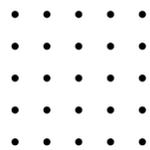


El trabajo de un cobrador de deudas es poco rutinario, requiere interacción social y se beneficia de la inteligencia emocional. Además, saldar las propias deudas suele entenderse como una obligación moral (Guiso, Sapienza y Zingales, 2013; Bursztyn et al., 2019), lo que podría hacer que la IA sea menos eficaz que los humanos para obtener el pago, pues ser observado cometiendo una transgresión moral por otra persona resulta más aversivo que ser observado por una máquina (LaMothe y Bobek, 2020; Cohn et al., 2022; Kim et al., 2023).

El componente moral en la interacción no es inusual: las situaciones en las que se pide un sacrificio a una persona suelen implicar cierto sentido de deber moral para cumplir.



Utilizamos datos de cobranza de una destacada empresa china de financiamiento al consumo en línea que otorga préstamos a plazos sin garantías.

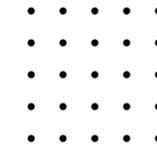


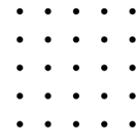
La compañía emplea tanto operadores humanos como llamadores de IA, lo que nos permite comparar el desempeño de la IA frente al de los humanos .

Los llamadores de IA son capaces de entender el habla del prestatario y generar respuestas de voz adecuadas. Proporcionan información básica, responden preguntas e informan sobre las consecuencias negativas del impago.

Un objetivo intermedio importante que tanto los llamadores de IA como los humanos intentan alcanzar es extraer una promesa verbal de pago por parte del prestatario.

Tras controlar la hora del día de la llamada, descubrimos que los llamadores de IA no tienen más probabilidades de ser colgados en los primeros 10 segundos, pero mantienen conversaciones que son en promedio 31 segundos más cortas y muestran menos variabilidad en la duración, lo que sugiere que la IA es menos capaz que los humanos de proporcionar información, resultar amena y/o manejar situaciones complejas.

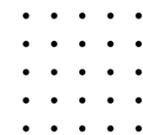


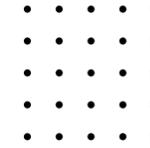


Un 21 % menos de prestatarios prometen pagar su deuda y un 18 % menos efectúa el pago el mismo día de la llamada cuando hablan con llamadores de IA.

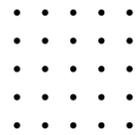
Condicionado a realizar una promesa de pago, los prestatarios tienen menos probabilidad de cumplirla cuando se hace ante una IA. Por lo tanto, los llamadores de IA parecen peor que los humanos a la hora de extraer compromisos que se sientan vinculantes.

En la medida en que las promesas a una IA tengan fuerza moral, resulta menos desagradable incumplir un compromiso en presencia de una máquina que en la de un humano (LaMothe y Bobek, 2020; Kim et al., 2023).





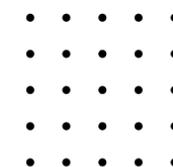
Laudenbach y Siegel (2023) abordan la importancia de la comunicación personal en la recuperación de préstamos. Muestran que las llamadas telefónicas a deudores morosos realizadas por agentes bancarios son más efectivas que los recordatorios por correo, y que los agentes con voces más agradables resultan especialmente eficaces.⁴



Encontramos que, en la actualidad, la IA es considerablemente peor que los humanos para lograr que los prestatarios cumplan con el pago. La IA parece tener menos capacidad para extraer promesas verbales de pago y generar un sentido de obligación para cumplirlas, quizá porque la IA conlleva menos peso moral.

Además, la IA parece menos capaz de comunicarse con los prestatarios, captar su atención y/o manejar situaciones complejas.

Los prestatarios contactados por IA tienen más probabilidades de retrasarse en cada uno de los siguientes 12 pagos mensuales. Así, los llamadores de IA causan un daño duradero en la relación de la empresa con sus prestatarios.



Por supuesto, la tecnología de IA seguirá avanzando.

pronto podríamos llegar a un punto en que resulte difícil para las personas discernir si quien llama por teléfono es humano o IA. En ese momento, podría asumirse que todos los llamadores son IA.

Newman (2019) propone un experimento mental con un Picasso auténtico y una falsificación perceptualmente idéntica: está claro que la gente valora menos la copia, y si creen que el auténtico es un engaño, reaccionarán mucho menos positivamente ante él.

De forma análoga, si un factor clave en la reacción negativa a la IA fuera la creencia de que no se trata de un humano, más que la experiencia perceptible de hablar con una máquina, entonces en el futuro los destinatarios de llamadas podrían mostrarse menos cooperativos con todos los llamadores, independientemente de si son humanos o no.



Módulos



Hacia donde vamos
en la cobranza con
la IA



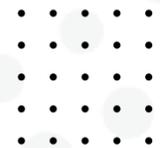
El poder de las
palabras para negociar
con ChatGPT.

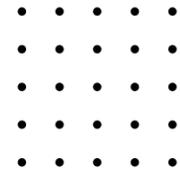


Lenguaje y
persuasión



Simulación





El Poder de las Palabras en el Agua.



Heavy Metal Music

Bach, Air for the G String

Edelweiss (Sound of



Thank You



You Make Me Sick,
I Will Kill You



Love and Appr

Masaru Emoto



¿Qué propuso Emoto ?

“El agua tiene memoria. Y responde a nuestras emociones, pensamientos y palabras”.

Las vibraciones emocionales pueden influir en la estructura molecular del agua.
El agua es sensible a la intención humana.



✓ ¿Quién fue Masaru Emoto ?

- Investigador japonés (1943 –2014)
- Pionero en el estudio de la relación entre la conciencia humana y el agua.
- Autor del libro «Los Mensajes del Agua», un éxito internacional.

¿Cómo fue el experimento?

Emoto tomó muestras de agua (de grifo, de manantial, etc.).

1. Las expuso a: Palabras escritas o habladas.
2. Música (clásica, heavy metal).
Oraciones o pensamientos.

Congeló el agua y observó los cristales formados bajo el microscopio.

EL EXPERIMENTO DE AGUA DE MASARU EMOTO



Ejemplos de Resultados:

✓ Palabras positivas

Cristales armoniosos y bellos.

✓ Palabras negativas

Cristales de formas o caóticos.

✓ Música clásica

Cristales simétricos.

✓ Heavy metal

Cristales rotos o sin forma de finida.



Evil



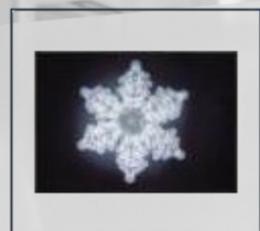
Hemp



Love and gratitude



Thank you



Truth



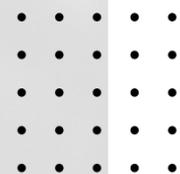
Wa, Harmony

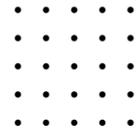


You fool



Angel





¿Por qué es importante esto?

Nuestro cuerpo es 70% agua.

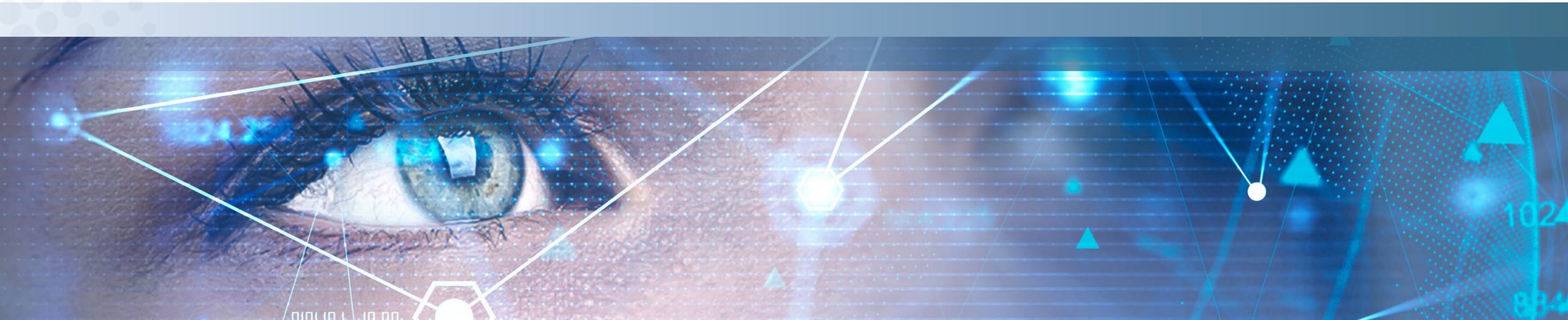
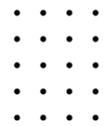
Si las palabras afectan el agua...
¿Cómo nos afectan a nosotros?

La vibración de nuestras palabras y pensamientos
podría influir en nuestras salud, emociones y
NEGOCIACIONES DE COBRANZA.





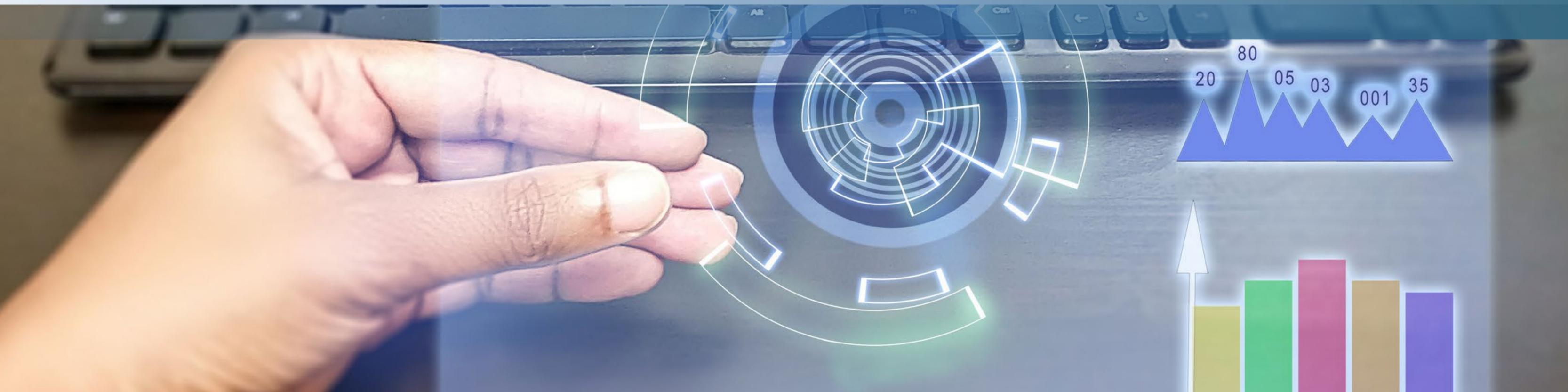
Es un modelo de lenguaje desarrollado por OpenAI , basado en inteligencia artificial, capaz de comprender y generar texto de manera natural. Funciona como un asistente virtual con el que puedes interactuar en tiempo real para resolver dudas, generar ideas, redactar contenido o automatizar tareas cotidianas.



ChatGPT



ChatGPT como herramienta para negociaciones de cobro con deudores puede ser una herramienta valiosa para preparar y mejorar los procesos de cobro en varias etapas.



1.- Preparación antes de la negociación

Redacción de guiones personalizados: ChatGPT puede ayudarte a crear guiones claros, empáticos y persuasivos para comunicarte con deudores, adaptados a diferentes niveles de morosidad.

- **Identificación de argumentos clave:** Puede ayudarte a estructurar argumentos sólidos para persuadir al deudor a comprometerse a un plan de pago.
- **Simulación de escenarios:** Practica negociaciones simuladas con ChatGPT. Por ejemplo, puedes plantearle objeciones comunes y obtener respuestas para manejarlas con tacto y efectividad.
- **Segmentación de perfiles:** Con base en datos específicos (como el historial de pago), ChatGPT puede sugerir estrategias adaptadas a cada tipo de deudor.



2.- Durante la negociación

- **Generación de respuestas en tiempo real:**
Si tienes acceso al chatbot durante las conversaciones, puedes usarlo para generar respuestas claras y empáticas a las objeciones del deudor.
- **Manejo de objeciones:** ChatGPT puede ofrecer enfoques para tratar objeciones comunes, como "No tengo dinero" o "Pagaré después", manteniendo el tono profesional y respetuoso.
- **Propuestas creativas:** Puede sugerir alternativas para planes de pago o descuentos que equilibren el interés del acreedor y la situación del deudor.



3.- Seguimiento y control

- **Redacción de correos o mensajes:**
ChatGPT puede ayudarte a escribir mensajes de seguimiento claros y convincentes, ya sea recordatorios de pago, confirmaciones de acuerdos o notificaciones de vencimientos.
- **Automatización de comunicaciones:**
Con integraciones adecuadas, las respuestas generadas por ChatGPT pueden automatizar partes del proceso de cobro, como notificaciones o recordatorios.



4.- Mejora de habilidades del equipo de cobro

- **Entrenamiento del personal:** Utiliza ChatGPT para simular diferentes escenarios de negociación y capacitar a tu equipo para que se sientan preparados para cualquier situación.
- **Feedback y análisis:** Analiza conversaciones pasadas y solicita sugerencias sobre cómo mejorar el tono, los argumentos o las estrategias.



Beneficios de usar ChatGPT en negociaciones de cobro

- **Estandarización:** Garantiza que el tono sea uniforme y profesional en todas las comunicaciones.
- **Empatía controlada:** Aporta una combinación de empatía y firmeza en el lenguaje.
- **Velocidad:** Responde rápidamente a preguntas o situaciones durante el proceso.
- **Análisis continuo:** Aprende de interacciones anteriores para mejorar estrategias futuras.



Indicadores Básicos Cobranza

Indicador de actividad:

La actividad es un indicador que representa en términos generales el tiempo diario y la cantidad de gestiones de cobranza que se hacen.

En definitiva, por actividad entendemos todas las horas que se está gestionando la cobranza.



Indicadores de productividad

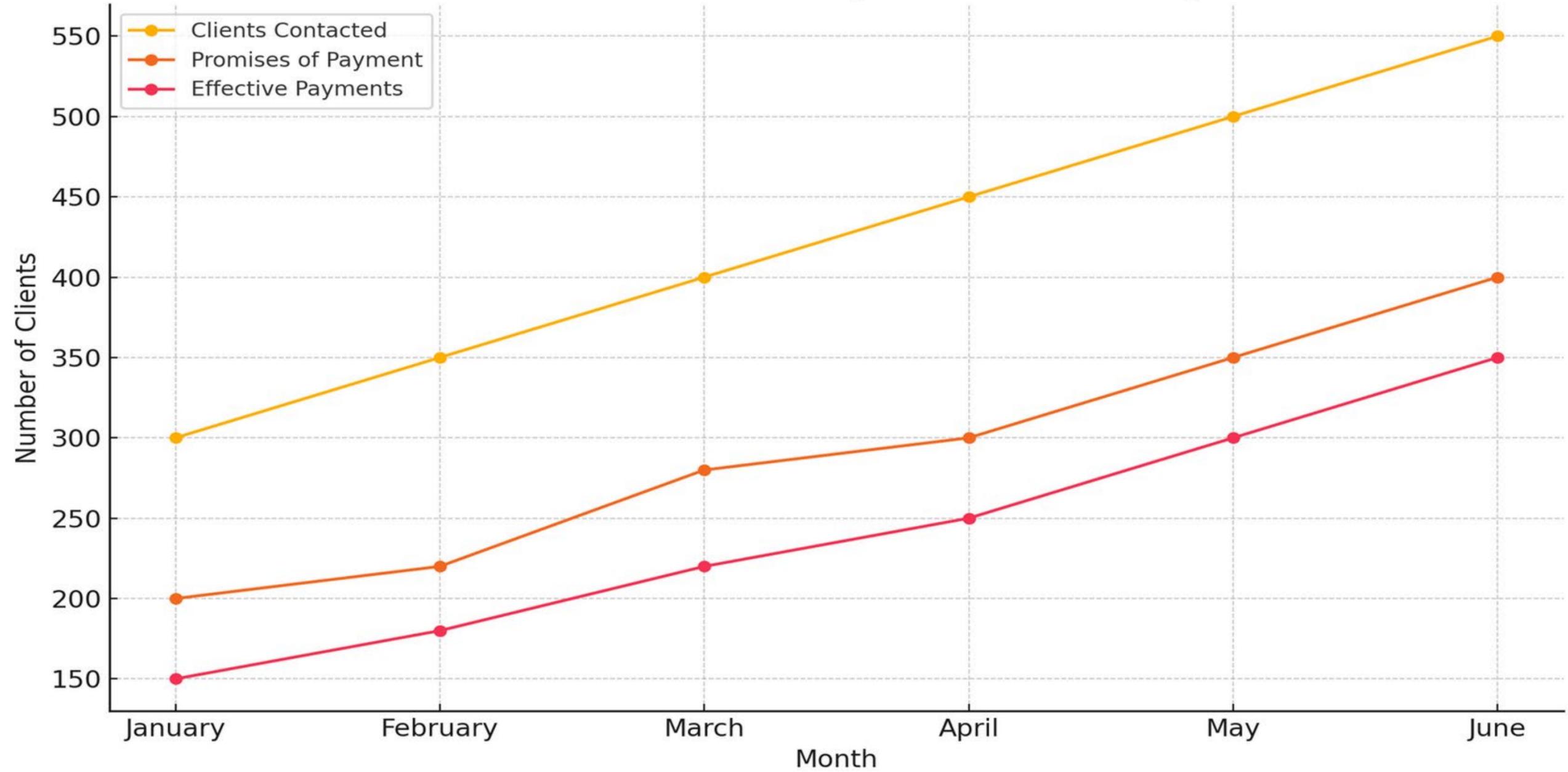
Por otra parte, el **indicador de productividad** nos sirve para evaluar cuál es la **productividad real de la gestión de cobranza** o resultados que estamos logrando.

Una vez obtengamos métricas de ambos indicadores, podremos compararlas para estudiar la evaluación del desempeño de la gestión de cobranza global.



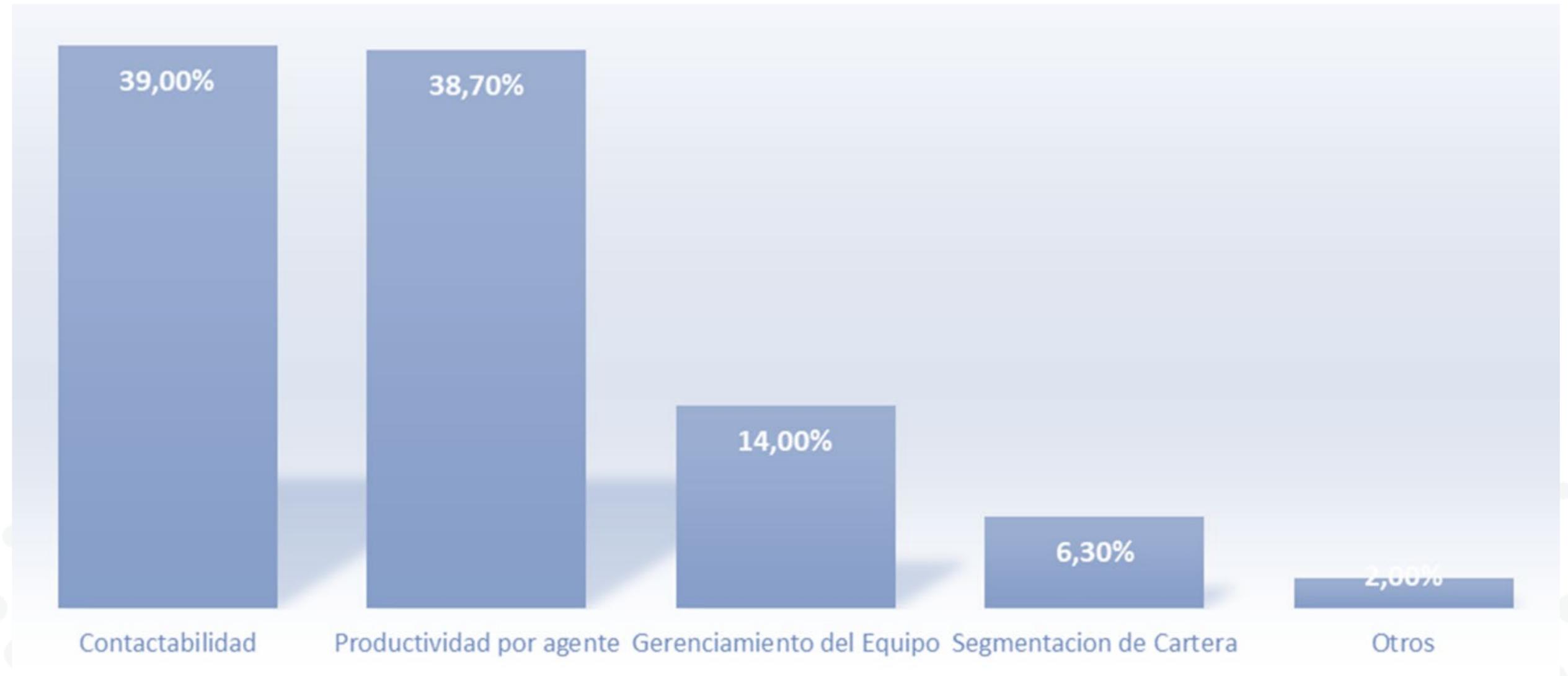


Contactation vs Promises of Payment vs Effective Payments



Principales métricas a mejorar en la medición de la cobranza

Más 300 empresas de cobranza en Latinoamérica
(Bancos, Financieras, Comerciales, etc..)



Módulos



Hacia donde vamos
en la cobranza con
la IA



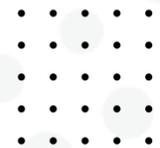
El poder de las
palabras para negociar
con ChatGPT.



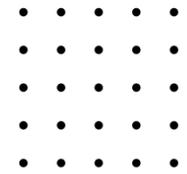
Lenguaje y
persuasión



Simulación

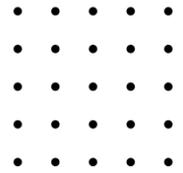


Coaching de Cobranza

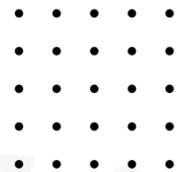


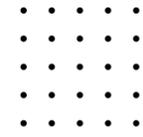
ASESORAR al (DEUDOR)
a lograr un objetivo
personal o profesional al
brindarle orientación y
asesoría.



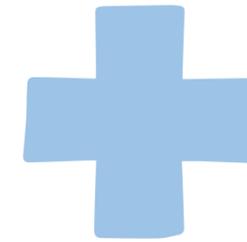


La máxima es que el pago
se realizará como
consecuencia de los
**beneficios que obtendrá
el cliente al pagar**





**Ventajas de
pagar**



**Consecuencias
de no pagar**



¿Qué mueve más al deudor?

¿Motivación o miedo?

Módulos



Hacia donde vamos
en la cobranza con
la IA



El poder de las
palabras para negociar
con ChatGPT.



Lenguaje y
persuasión



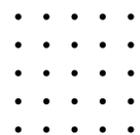
Simulación



Simulación con ChatGPT



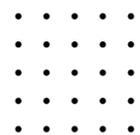
Tipología de deudores



1. Preparación antes de la negociación.

<p>Situación emocional/ actitudes:</p>	<p>Quiere Pagar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consciente de los beneficios de pago • Tiene "Cultura" de pago • Se siente bien pagando 	<p>No Quiere Pagar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Malos tratos • Cambiaron condiciones • No cumplieron el trato ofrecido • No tiene cultura de pago.
<p>Capacidad de Pago/situaciones:</p>		
<p>Puede Pagar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantiene ingresos • Mantiene trabajo • No le afecto la crisis. 	<h3>Q-P</h3>	<h3>NQ-P</h3>
<p>No Puede Pagar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin ingresos • Sin trabajo • Le afecto la crisis. • Mal Administrador 	<h3>Q-NP</h3>	<h3>NQ-NP</h3>





¡Gracias!



La Nueva Era de la Cobranza

Coach MBA. Randall Dengo Jiménez

www.rdcconsultorescr.com 

+506-85949501 

info@rdconsultorescr.com 

