

## **La cobranza: un asunto para ‘renovar votos’ con los deudores, más que propiciar el divorcio con ellos**

**Bogotá, junio 14 de 2019** – Cobrar es vender. El modelo en el que la sensación de frustración de un cliente-deudor prevalece cuando se aplica la cobranza sobre un crédito, o peor aún, la sensación de disgusto ante el llamado cobro jurídico, hoy forma parte de un viejo y desgastado paradigma con destino al bote de la basura.

El ejercicio de la cobranza, más que verse como el más natural malestar que podría propiciar un divorcio entidad crediticia/deudor, debe ser visto, bajo un paradigma moderno, como un matrimonio con votos renovados.

El gran interrogante es, ¿qué tipo de circunstancias son las que pueden propiciar una relación tan duradera como para generar que un cliente cumpla su obligación y solicite una y otra vez un crédito?

La gestión del crédito, la cartera y la cobranza es un asunto que debe leerse de manera integral, al punto que la cobranza, para que sea exitosa, esto es, una eficaz recuperación de cartera seguida de esa “renovación de votos” para un nuevo romance con el futuro deudor, no comienza con el desembolso del crédito, sino más bien en el momento mismo en que el cliente presenta su solicitud.

En efecto, el gran desafío sobre el cliente está es en descifrar, con base en habilidades tendientes a remover un velo de objeciones, quién es, qué hace y qué tiene un cliente. Más allá del flujo de caja y de herramientas tecnológicas, la venta de un crédito requiere de un andamiaje con un talento humano capaz de identificar con exactitud cuáles son los requerimientos y verdaderas necesidades del cliente de un crédito. Desconocer con puntualidad dichas necesidades es el camino expedito para complicar un proceso en el que el cliente, como en un divorcio, se marcha ante excesivas y traumáticas complejidades de la relación con su entidad.

Para el docente de Formación Ejecutiva del CESA Roberto Zuluaga, conocimiento, un surtido de habilidades en las que la comunicación y la negociación resultan trascendentales, y método, integran el perfil adecuado para conformar ese talento humano que requiere una gestión integral y eficaz del crédito, la cartera y la cobranza.

Un profesional dedicado a esta gestión debe contar con una serie de conocimientos, tanto académicos como técnicos, que le permitan identificar aspectos esenciales que se manejan en el ámbito del crédito: matemáticas financieras básicas, conceptos jurídicos

razonablemente claros en materia de títulos valores y garantías crediticias, y claridad absoluta sobre los productos y(o) servicios que ofrece la entidad.

La comunicación y la negociación son, probablemente, los pilares fundamentales de esta gestión. Entablar diálogo con los clientes sin saber transmitir con precisión cada mensaje en asuntos de crédito, es la cuota inicial para arruinar la prometedora primera cita. Solo una comunicación eficaz, que incluye además el valor de la escucha, permite ponerse en los zapatos del cliente. Y es que en escenarios de retraso de pagos, que suelen ser habituales, hay que ser capaz de entender que todo cliente es un ser humano de carne y hueso que no solo maneja sus propias dificultades, sino comúnmente las de su empresa como si fueran propias. Empatizar con dichos escenarios es abonar el terreno a la conquista definitiva del cliente, que no es otra cosa que el pago total de la deuda y la solicitud de un nuevo crédito.

Saber cómo abordar los temas legales para conseguir, eventualmente, interacciones con los abogados, resultan un complemento útil en la gestión integral.

Finalmente, esta gestión tiene como base un considerable volumen de información, con requerimientos antes, durante y después del proceso. Implementar metodologías adecuadas para el análisis de la información en las distintas instancias del mismo, permite sustraer la que es adecuada, en los momentos adecuados, para generar el conocimiento necesario al servicio de una negociación efectiva.