

Auditoría de Calidad

Ventas Chile

Flexacil CL | Bioprost CL | Glyconorm CL

Periodo: 15 - 31 agosto 2026

Fecha del informe: 2 de septiembre de 2026

Resumen de la muestra

Llamadas auditadas:	1,179
Canceladas:	643
Confirmadas:	536
Transcripciones:	1,164 (98.7%)

1. Resumen Ejecutivo

Se auditaron 1,179 llamadas correspondientes al 50% de las llamadas con resultado definitivo (CANCEL o CONFIRMED) para los tres productos en Chile durante la segunda quincena de agosto 2026.

Producto	Canceladas	Confirmadas	Total
Flexacil CL	400 (62.2%)	359 (67.0%)	759
Glyconorm CL	128 (19.9%)	101 (18.8%)	229
Bioprost CL	115 (17.9%)	76 (14.2%)	191

2. Análisis de Llamadas Canceladas

2.1 Motivos de Cancelación

Motivo	Frecuencia	% canceladas
Precio alto / Sin dinero	185	28.8%
Desconfianza	159	24.7%
Pedir tiempo para pensar	132	20.5%
No interesa	69	10.7%
Ya tiene el producto	42	6.5%
Publicidad engañosa	32	5.0%
Producto no funcionó	14	2.2%
Problema de envío	4	0.6%
Tercero no autoriza	2	0.3%
Consultar médico	2	0.3%

Hallazgos clave:

1. Precio alto (28.8%): Motivo principal. Los clientes expresan directamente que no cuentan con el dinero o que el producto es muy caro para su presupuesto.

- "No tengo la plata, mi hija, no tengo la plata"
- "Muchas gracias, me sale muy caro"
- "No puedo pagar tanto ahora"

2. Desconfianza (24.7%): Segundo motivo. Incluye duda sobre eficacia, experiencias previas negativas y percepción de publicidad engañosa (5.0% la mencionan explícitamente).

- "Una de las cosas que me carga es la publicidad engañosa"
- "No le creo a nada, ya"

3. Pedir tiempo (20.5%): Alta prevalencia. El cliente no rechaza pero no se compromete.

- "Lo voy a pensar, lo voy a comentar con mi marido"
- "Llámemme después"

2.2 Motivos por producto

Motivo	Flexacil CL	Bioprost CL	Glyconorm CL
Precio alto	29%	27%	30%
Desconfianza	26%	24%	22%
Pedir tiempo	23%	19%	14%

Ya tiene producto	5%	7%	11%
No interesa	11%	10%	10%

2.3 Objeciones del Cliente

Objeción	Frec.	%
Precio (caro, plata, no alcanza)	225	35.0%
Duda sobre resultados	121	18.8%
Desconfianza del producto	18	2.8%
Ya usa medicamento médico	4	0.6%

2.4 Rebates usados en canceladas

Rebate	Frec.	%
Descuento/Promoción	445	69.2%
Etapas del tratamiento	175	27.2%
Pago contra entrega	154	24.0%
Envío gratis	124	19.3%
Natural/Sin efectos	105	16.3%
Testimonios	105	16.3%
Composición/Ingredientes	57	8.9%
Garantía/Devolución	22	3.4%

3. Análisis de Llamadas Confirmadas

3.1 Objeciones superadas

El 29.9% de los clientes que terminaron confirmando plantearon inicialmente objeciones de precio. Esto demuestra que la objeción de precio Sí es superable cuando el operador aplica los rebates correctos.

Objeción superada	Frec.	%
Precio	160	29.9%
Duda sobre resultados	125	23.3%
Desconfianza del producto	27	5.0%
Ya usa medicamento	6	1.1%

3.2 Rebates exitosos

Rebate	Frec.	%
Descuento/Promoción	426	79.5%
Pago contra entrega	217	40.5%
Etapas del tratamiento	178	33.2%
Envío gratis	141	26.3%
Testimonios	101	18.8%
Natural/Sin efectos	88	16.4%
Composición/Ingredientes	58	10.8%

3.3 Rebates exitosos por producto

Flexacil CL (359 confirmadas):

Rebate	%
Descuento	80%
Natural/Sin efectos	48%
Contra entrega	38%
Envío gratis	25%
Etapas	6%
Testimonios	5%

Glyconorm CL (101 confirmadas):

Rebate	%
Descuento	76%
Natural/Sin efectos	58%
Contra entrega	46%
Envío gratis	35%
Testimonios	3%

Bioprost CL (76 confirmadas):

Rebate	%
--------	---

Descuento	79%
Natural/Sin efectos	58%
Contra entrega	50%
Envío gratis	22%
Etapas	8%

4. Índice de Efectividad de Rebates

Este análisis mide qué tan asociado está cada rebate con el cierre exitoso. Un ratio > 1.0 indica que el rebate aparece más en llamadas confirmadas que en canceladas.

Rebate	Cancel	Confirm	Diff	Ratio
Pago contra entrega	24.9%	42.2%	+17.3pp	1.69x
Descuento/Promoción	68.9%	79.3%	+10.4pp	1.15x
Envío gratis	19.3%	26.3%	+7.0pp	1.36x
Natural/Sin efectos	47.6%	51.1%	+3.5pp	1.07x
Composición	12.4%	14.0%	+1.6pp	1.12x
Testimonios	4.0%	3.9%	-0.1pp	0.97x
Garantía/Devolución	3.3%	1.7%	-1.6pp	0.51x
Urgencia/Escasez	0.8%	0.4%	-0.4pp	0.48x

4.1 Ranking de efectividad

#	Rebate	Nivel	Observación
1	Pago contra entrega	Muy alta	Reduce barrera de riesgo
2	Descuento/Promoción	Alta	Casi obligatorio (79.3%)
3	Envío gratis	Mod-Alta	Complemento al descuento
4	Natural/Sin efectos	Moderada	Resuelve desconfianza
5	Composición	Leve	Aporta credibilidad
6	Garantía	Contraprod.	Asoc. a llamadas forzadas
7	Urgencia	Contraprod.	Presión no cierra ventas

5. Análisis de Duración

Rango	Canceladas	%	Confirmadas	%
1-2 min	87	13.5%	2	0.4%
2-5 min	298	46.3%	107	20.0%
5-10 min	210	32.7%	282	52.6%
10-15 min	40	6.2%	107	20.0%
15+ min	8	1.2%	38	7.1%

Métrica	Canceladas	Confirmadas
Duración promedio	298s (5.0 min)	503s (8.4 min)
Mínima	61s	108s
Máxima	2,114s (35 min)	2,150s (36 min)

Hallazgos:

- La zona óptima de cierre es entre 5 y 10 minutos (52.6% de confirmadas).
- Llamadas < 2 min casi nunca cierran (solo 0.4%).
- Llamadas de 2-5 min: mayoritariamente canceladas (46.3%).
- Recomendación: Aspirar a mínimo 5 minutos de conversación.

6. Rendimiento por Operador

6.1 Top performers (min. 10 llamadas)

Ext	Cancel	Confirm	Total	%Conf	Dur.Conf
2609	7	18	25	72.0%	614s
2271	3	7	10	70.0%	439s
1951	3	7	10	70.0%	647s
2234	3	7	10	70.0%	361s
2172	4	8	12	66.7%	368s
1613	4	8	12	66.7%	370s
3011	4	7	11	63.6%	537s
2159	12	18	30	60.0%	644s
1238	10	15	25	60.0%	663s

6.2 Menor tasa de confirmación

Ext	Cancel	Confirm	Total	%Conf	Dur.Canc
1172	11	3	14	21.4%	315s
2672	16	7	23	30.4%	350s
2656	7	3	10	30.0%	260s
2008	7	3	10	30.0%	231s
2949	8	4	12	33.3%	313s
1566	13	7	20	35.0%	218s
401	9	5	14	35.7%	246s
1958	16	9	25	36.0%	310s

Patrón: Operadores con baja tasa de confirmación tienden a tener llamadas más cortas en cancelaciones (200-315s), sugiriendo que no sostienen la conversación ni aplican rebates efectivamente.

7. Ejemplos Representativos

7.1 Cierre exitoso — Pago contra entrega

Producto: Glyconorm CL | Ext: 1934 | Duración: 593s

OPERATOR: "Ya, perfecto. Ya ubicamos la dirección. Entonces lo vamos a llamar con anticipación. Probablemente ya sería el día martes..."

CLIENT: "Ya. ¿Listo? ¿Todo?"

7.2 Cancelación por publicidad engañosa

Producto: Bioprost CL | Ext: 2081 | Duración: 264s

CLIENT: "Una de las cosas que me carga es la publicidad engañosa, así que le agradezco su atención."

CLIENT: "La publicidad dice mil pesos para el mes, entonces no. Gracias, hasta luego."

La discrepancia entre el precio publicitado y el real requiere revisión de materiales publicitarios.

7.3 Objeción de precio no superada

Producto: Bioprost CL | Ext: 1892 | Duración: 404s

CLIENT: "Aquí no tengo la plata para eso."

OPERATOR: "Tres frasquitos, mil pesos, mi estimado. Es el tema de tu salud."

CLIENT: "Igual no deja de no ser... se han hecho tantos exámenes..."

Faltó aplicar pago contra entrega para reducir la barrera de riesgo.

7.4 Operador top (Ext 2609 — 72%)

Producto: Flexacil CL | Duración: 557s — Apertura profesional, cierre natural:

OPERATOR: "Se le llama del producto de Flexacil Ultra, producto que regenera articulaciones y alivia el dolor. Usted dejó sus datos..."

CLIENT: "Si el lunes no estoy, pues dejo la plata con la señora de la casa, con mi nana, y ella lo paga."

8. Recomendaciones

8.1 Para reducir cancelaciones por precio

1. Priorizar el rebate de pago contra entrega desde el inicio — es el factor diferenciador #1 (+17.3 pp).
2. Ofrecer descuentos de forma escalonada, reservando una oferta adicional para la objeción de precio.
3. Relacionar el precio con el costo de no actuar (medicamentos, consultas) de forma empática.

8.2 Para reducir cancelaciones por desconfianza

1. Revisar materiales publicitarios que generan expectativas de precio irrealistas (5% mencionan 'publicidad engañosa').
2. Usar argumentos de composición natural para fortalecer credibilidad.
3. Evitar tácticas de urgencia/escasez — los datos muestran que son contraproducentes (ratio 0.48x).

8.3 Para mejorar tasas de confirmación

1. Mantener la conversación al menos 5 minutos — 52.6% de confirmaciones ocurren en 5-10 min.
2. Combinar al menos 3 rebates: descuento + contra entrega + envío gratis.
3. Capacitar operadores con baja tasa (ext 1172, 2672, 2656, 2008) basándose en técnicas de los top performers.

8.4 Mejores prácticas de operadores top

Los operadores con >60% de confirmación comparten:

- Apertura clara y profesional — identifican producto y motivo inmediatamente.
- Explican pago contra entrega temprano — reduce barrera de riesgo.
- Duración promedio confirmación: 500-660s — se toman el tiempo necesario.
- Cierre natural — dejan que el cliente llegue a la decisión.

9. Datos Técnicos

Parámetro	Valor
Periodo evaluado	15-31 agosto 2026
Productos	Flexacil CL, Bioprost CL, Glyconorm CL
País	Chile
Universo leads	Cancel: 1,678 / Confirm: 1,111
Leads con llamada >60s	Cancel: 1,286 / Confirm: 1,072
Muestra (50%)	Cancel: 643 / Confirm: 536
Transcripciones	1,164 de 1,179 (98.7%)
Volumen de texto	6.2 MB
Semilla aleatoria	42 (reproducible)