

Auditoría de Calidad

Equipo de Depósitos

Periodo: Agosto 2026

4 analistas evaluados | 103 llamadas auditadas

118 llamadas de depósito identificadas >60s con transcripción

Perú y Chile — Todos los productos — Solo órdenes PREPAID

1. Resumen Ejecutivo

Se auditaron 103 llamadas del equipo de Depósitos durante agosto 2026, de un universo de 118 llamadas con duración mayor a 60 segundos y transcripción disponible (195 llamadas totales >30s). Este equipo contacta clientes con órdenes de pago anticipado (zonas sin cobertura contra entrega) para gestionar el depósito y concretar el envío del producto.

Puntuación general del equipo: 67%

Arelys Tecco (ext 781)	<div><div></div></div>	72%
Laith Guevara (ext 1794)	<div><div></div></div>	72%
Keshia Lynch (ext 1403)	<div><div></div></div>	62%
Katherine Aranzamendi (ext 1850)	<div><div></div></div>	62%

Analista	Extensión	Score	Llamadas	Universo
Arelys Tecco	781	72%	40	55
Laith Guevara	1794	72%	29	29
Keshia Lynch	1403	62%	22	22
Katherine Aranzamendi	1850	62%	12	12

Nota: La columna 'Universo' muestra el total de llamadas >60s con transcripción para cada analista. Para Arelys (55 llamadas) se tomó una muestra aleatoria de 40. Para los demás se evaluó la totalidad de llamadas disponibles.

2. Contexto del Equipo

El equipo de Depósitos cumple un rol híbrido entre recuperación y venta. Su función principal es contactar clientes que ya realizaron una compra con un operador de ventas, pero cuya dirección de entrega se encuentra en una zona donde Olva Courier no ofrece servicio de contra entrega (COD). El analista debe:

- Explicar por qué se requiere un pago anticipado (depósito, transferencia o Yape).
- Generar confianza en el cliente para que realice el pago antes de recibir el producto.
- Guiar al cliente en el proceso de pago y envío del comprobante.
- Mantener el interés del cliente y resolver objeciones sobre legitimidad y precio.

Los analistas de depósito NO crean la orden — trabajan sobre órdenes ya existentes creadas por el equipo de ventas.

3. Evaluación por Competencia

Saludo e Identificación

Nivel: BUENO

Los 4 analistas se identifican consistentemente al inicio de la llamada, mencionando su nombre, el área de seguimiento y el producto del cliente. La referencia al pedido existente y la ciudad de destino es generalmente buena, aunque a veces se omite mencionar la empresa por nombre.

Explicación del Proceso de Pago

Nivel: BUENO

Es la competencia más fuerte del equipo. Todos explican con claridad las opciones de pago (Yape, depósito BCP, transferencia interbancaria vía CCI) y el proceso de envío por Olva Courier con recojo por DNI. Proporcionan información específica por WhatsApp. Sin embargo, la explicación de POR QUÉ se requiere prepago (zona sin cobertura COD) no siempre es proactiva — algunos asumen que el cliente ya lo sabe.

Construcción de Confianza

Nivel: REGULAR

Competencia con desarrollo desigual. Los 4 analistas tienen herramientas de confianza (RUC verificable en SUNAT, registro DIGESA/sanitario, años en el mercado, presencia internacional), pero las utilizan principalmente de forma reactiva — cuando el cliente expresa desconfianza. Arelys y Laith las despliegan mejor que Keshia y Katherine. Falta un protocolo estructurado de confianza al inicio de cada llamada.

Manejo de Objeciones

Nivel: REGULAR

Nivel intermedio. Manejan bien objeciones logísticas (zona de cobertura, métodos de pago, seguimiento de envío). Las objeciones de precio se resuelven con flexibilidad ofreciendo paquetes menores. La objeción de desconfianza al prepago — la más frecuente y crítica — recibe respuestas repetitivas que podrían diversificarse más.

Conocimiento del Producto

Nivel: BUENO

Sólido en los 4 analistas. Conocen múltiples productos (Brotén, Flexacil, Cardiox, Gliconol, Alfaman, Papaya Cleanse, Seaxan, entre otros), dosis, beneficios y formas de uso. Katherine destaca en explicaciones sobre compatibilidad entre suplementos. Los demás tienden a usar descripciones genéricas sin profundizar.

Técnica de Cierre

Nivel: REGULAR

Es el área con mayor oportunidad de mejora. Los 4 analistas tienden a cerrar de forma pasiva con frases como 'quedo a la espera del comprobante' o '¿cuándo va a depositar?', sin crear urgencia ni comprometer al cliente con una hora específica. Laith muestra mejor técnica al ofrecer permanecer en línea durante el pago. Arelys usa la excusa del 'sistema' para fijar fechas. Keshia y Katherine frecuentemente dejan el cierre abierto.

4. Objeciones Más Frecuentes y Manejo

Las objeciones fueron consistentes entre los 4 analistas, reflejando la naturaleza del proceso de depósito anticipado:

Desconfianza del prepago / miedo a estafa

Frecuencia: Alta (~40-50% de las llamadas)

Manejo: **REGULAR**

Es la objeción principal. Los analistas la manejan con referencias institucionales (RUC, SUNAT, DIGESA, años en el mercado) y logísticas (envío corporativo Olva, seguimiento por código). Arelys y Laith ofrecen respuestas más elaboradas cuando el cliente insiste. Área de mejora: diversificar los argumentos y usar pruebas verificables en tiempo real (invitar al cliente a buscar el RUC en SUNAT).

Precio elevado / no tiene dinero ahora

Frecuencia: Media (~20-30%)

Manejo: **REGULAR**

Los analistas ofrecen paquetes menores (reducir de 6 a 3 frascos, o de tratamiento completo a 1 mes). Arelys y Laith son más flexibles en ofrecer alternativas. Área de mejora: reforzar el valor del producto antes de negociar precio, y ofrecer fechas específicas de seguimiento para clientes que esperan cobrar.

Quiere contra entrega (COD)

Frecuencia: Media (~15-25%)

Manejo: **BUENO**

Bien manejada en general. Todos explican que Olva no ofrece COD en la zona del cliente y que el envío corporativo requiere prepago. Keshia destaca por explicar que en Lima sí hay contra entrega, contextualizando la diferencia.

Experiencia previa negativa / estafado antes

Frecuencia: Moderada (~10-15%)

Manejo: **REGULAR**

Los analistas escuchan la experiencia del cliente y contrastan con las garantías de la empresa. Laith muestra la mejor empatía en estos casos. Área de mejora: validar la experiencia del cliente antes de presentar argumentos, y ofrecer pasos verificables concretos.

Necesita consultar con familiar / pensarlo

Frecuencia: Moderada (~10-15%)

Manejo: **DÉBIL**

Los analistas aceptan esta objeción sin intentar resolverla. Frecuentemente terminan la llamada con 'me avisa' o 'quedo a la espera'. Área de mejora: ofrecer quedarse en línea mientras consulta, o agendar un callback con hora específica.

5. Evaluaciones Individuales

(Esta sección contiene las 4 evaluaciones individuales del equipo)

Arelys Tecco — Extensión 781

Arelys Tecco



72%

Llamadas evaluadas: 40

Fortalezas

- Saludo profesional y consistente: se identifica, menciona el área de seguimiento, el producto y la ciudad de destino del cliente.
- Buen repertorio de construcción de confianza: menciona contrato corporativo con Olva Courier, acreditación del Ministerio de Salud y DIGESA, RUC verificable, emisión de boleta/factura, y ventas internacionales a Chile y Colombia.
- Buena paciencia con clientes difíciles o confundidos — espera, repite información sin apurar ni presionar.
- Técnica de reprogramación efectiva: usa la excusa del sistema para fijar fechas ('necesito una fecha para mantener su promoción en el sistema'), creando urgencia suave sin ser agresiva.
- Explica bien el proceso completo de envío: recojo con DNI, envío corporativo, código de seguimiento en 24-48h.
- Flexible con modificaciones de pedido — dispuesta a ajustar cantidades a la baja para retener al cliente.
- Proactiva en enviar/reenviar información de pago por WhatsApp después de cada llamada.

Debilidades

- La explicación del proceso de pago suele ser reactiva: espera a que el cliente pregunte en vez de liderar con una explicación clara de POR QUÉ se necesita el prepago.
- Rara vez explica la razón específica de por qué no hay contra entrega en la zona del cliente; solo dice 'no tenemos contraentrega para [ciudad]' sin contextualizar.
- Conocimiento de producto limitado en profundidad: usa frases genéricas ('ayuda con la próstata', 'regula el azúcar') sin diferenciar entre productos ni explicar beneficios específicos.
- Técnica de cierre débil con clientes resistentes: acepta 'voy a pensarlo' o 'llámame después' sin intentar un cierre más asertivo.
- No siempre confirma el monto exacto a pagar, a veces omitiendo el precio en la conversación.
- En varias llamadas se rinde relativamente rápido cuando el cliente muestra resistencia fuerte, perdiendo la oportunidad de indagar más en las objeciones.
- Algunos artefactos en la transcripción sugieren que ocasionalmente habla sola o con el sistema antes de que el cliente conecte, posiblemente un tema técnico.

Recomendaciones

- **Estandarizar el saludo para explicar proactivamente POR QUÉ se requiere prepago (sin cobertura COD en su zona) dentro de los primeros 30 segundos.**
- **Desarrollar un marco estructurado de manejo de objeciones: ante desconfianza, usar un enfoque de 3 pasos (reconocer, explicar garantía, ofrecer prueba verificable).**
- **En objeciones de precio, usar técnica de anclaje: explicar primero el precio por unidad, luego mostrar el ahorro promocional, antes de ofrecer cantidades menores.**
- **Cuando el cliente posterga el pago ('pago el viernes'), fijar una hora específica de callback y confirmarla verbalmente.**
- **Para clientes que mencionan experiencias previas de estafa, tener un guion de empatía dedicado que reconozca su experiencia antes de presentar las garantías de la empresa.**
- **Cuando un cliente rechaza definitivamente, cerrar con gracia pero dejar una puerta abierta con un mecanismo de seguimiento específico.**
- **Agregar un breve recordatorio de los beneficios del producto durante la llamada para reforzar por qué el cliente quería comprarlo.**

Detalle de Llamadas evaluadas

#	Score	Resumen
1	60%	Cliente postergó por clima/viaje. Aceptó callback sin reforzar el valor del producto ni explicar el proceso de pago proactivamente.
2	78%	Cliente quería menos frascos; modificó pedido a 2+1 gratis. Mencionó acreditación del Ministerio de Salud. Buen manejo flexible.
3	70%	Inicio desordenado con problemas de conexión. Cliente dispuesto a comprar pero no había recibido info de pago. Resolvió enviando por WhatsApp.
4	75%	Cliente dudó del precio por promoción de 6 frascos. Ofreció alternativa de 3. Cliente dijo que confirmaría con su esposa.
5	55%	Cliente expresó desconfianza por estafas previas. Mencionó contrato Olva brevemente pero no abordó la desconfianza de manera suficiente.
6	88%	Excelente manejo de objeción de desconfianza. Explicó envío corporativo, contrato Olva, RUC, boleta/factura, seguimiento. La mejor llamada de la muestra.
7	82%	Cliente hizo preguntas detalladas sobre producto (antiprostático, dosis). Respondió bien, explicó detalles del tratamiento.
8	70%	Cliente confundido sobre el proceso — pensaba que ya se estaba enviando. Aclaró que el pago debe ser primero.
9	72%	Llamada corta eficiente. Cliente dijo que podía pagar el viernes. Confirmó reprogramación y recordó info de pago por WhatsApp.
10	80%	Cliente listo para pagar por Yape pero confundido sobre qué número usar. Explicó pacientemente paso a paso.
11	65%	Llamada muy breve. Cliente esperando dinero. Preguntó fecha aproximada para 'mantener la promoción en el sistema'. Técnica correcta pero poco engagement.
12	73%	Cliente cuestionó por qué un frasco suelto era tan caro. Explicó precio unitario + envío vs. promoción por volumen.
13	68%	Cliente sin dinero. Usó la excusa del sistema para fijar fecha. Cliente se comprometió para esta semana.
14	78%	Cliente y esposo decidieron no comprar por desconfianza. Desplegó argumentos sólidos de confianza (RUC, SUNAT, DIGESA). Buena persistencia.
15	65%	Cliente estafada dos veces previamente. Quería pagar 50% adelantado. Explicó el proceso corporativo pero no logró cerrar.
16	70%	Cliente se disculpó por no pagar como prometió. Reprogramó para mañana. Verificó que cliente revisó info de WhatsApp.
17	68%	Cliente en zona remota con mala conectividad. Dijo que enviaría Yape cuando mejore la señal.
18	65%	Inicio desordenado con alertas del sistema. Cliente esperando que alguien le pague para poder pagar.
19	62%	Cliente apenas recordaba haber pedido. Confirmó producto para Tajabamba. Cliente ocupado, pidió llamar después.
20	75%	Cliente cuestionó precio citando anuncios más baratos online. Explicó correctamente que los anuncios de redes pueden no ser de la empresa oficial.
21	74%	Cliente acordó pagar después del trabajo (6-7pm). Confirmó horario de oficina y recordó enviar voucher por WhatsApp.
22	68%	Cliente inicialmente confundido, dijo que no pidió, luego recordó. Ya había dicho al vendedor que pagaría el viernes.
23	75%	Llamada interesante — la hija del cliente hizo el pedido. Explicó producto (Gliconor para diabetes), fue honesta diciendo que la diabetes no tiene cura.
24	76%	Cliente decía haber pagado por Yape por otro producto pero el pago no aparecía. Investigó y redirigió al número correcto.

#	Score	Resumen
25	70%	Cliente sin dinero (gastó en otras compras). Explicó que se requiere prepago completo para envío Olva.
26	85%	Llamada larga. Cliente expresó desconfianza por estafas previas. Desplegó pitch de confianza completo. Excelente construcción de confianza.
27	86%	Segunda llamada más larga. Situación compleja: cliente confundido porque OTRA empresa le llamó ofreciendo el mismo producto. Diferenció bien.
28	72%	Cliente quería pagar el lunes. Usando teléfono del hijo. Confirmó que info de WhatsApp fue enviada a ese número.
29	80%	Cliente preguntó sobre duración del tratamiento. Explicó bien: 2 Alfaman + 1 gratis para 1 mes, 2 cápsulas diarias.
30	72%	Cliente listo para pagar hoy por Yape. Proporcionó info de dosificación (2 cápsulas diarias, antes de comidas, hidratación).
31	58%	Cliente dijo que ya encontró el producto en farmacia local. Indicó que su producto no se vende en farmacias pero no logró retenerla.
32	70%	Difícil de evaluar — cliente confundido, posiblemente mayor. Confirmó pedido y mencionó envío por
33	77%	Cliente se quejó de discrepancia de precio con anuncios online. Explicó que los anuncios de redes pueden ser de otras empresas.
34	70%	Cliente dijo que no hizo depósito, lo hará mañana viernes. Confirmó recibo de WhatsApp y reprogramó.
35	76%	Cliente quería comprar solo 1 frasco por presupuesto limitado. Acomodó la solicitud, cotizó frasco unitario + envío.
36	65%	Llamada muy breve con cliente. Confirmó pedido, mencionó info de pago enviada por WhatsApp en la mañana.
37	72%	Cliente sin efectivo ahora, podría pagar el sábado. Explicó que el pedido está listo, solo falta el pago. Reprogramó.
38	62%	Cliente trabajando, podría confirmar en una semana. Fijó callback para el próximo viernes.
39	68%	Cliente en zona con poca cobertura, confirmó que pagaría hoy. Confirmó info de WhatsApp y pidió comprobante.
40	70%	Cliente esperando recibir su propio pago antes de poder depositar. Confirmó callback para mañana.

Laith Guevara — Extensión 1794

Laith Guevara



72%

Llamadas evaluadas: 29

Fortalezas

- Saludo consistente: se identifica como Fernanda (su segundo nombre), menciona el producto y referencia el pedido existente en casi todas las llamadas.
- Seguimiento sistemático de compromisos de pago: siempre verifica si el cliente tiene dudas o problemas con su pago pendiente.
- Reprogramación flexible: reprograma fechas de pago sin presionar a clientes que no pueden pagar de inmediato.
- Buen manejo del canal WhatsApp: dirige consistentemente a los clientes a WhatsApp para info de pago y comunicación continua.
- Tono profesional y paciente incluso cuando los clientes expresan desconfianza o rechazan la compra.
- Buena adaptabilidad: ofrece reducir el paquete cuando los clientes mencionan problemas de precio.
- Construcción de confianza efectiva cuando es desafiada: referencia RUC de la empresa, registro en SUNAT y registro sanitario.

Debilidades

- Rara vez refuerza los beneficios del producto proactivamente; se enfoca casi exclusivamente en logística de pago en vez de recordar al cliente por qué quería el producto.
- Técnica de cierre generalmente pasiva: acepta la reprogramación con facilidad sin intentar un cierre suave para pago el mismo día.
- Repertorio limitado de manejo de objeciones: ante desconfianza del prepago, las respuestas son formulaicas (menciona RUC/SUNAT) en vez de variadas o empáticas.
- Algunas llamadas terminan abruptamente sin confirmar claramente los próximos pasos.
- No siempre confirma la fecha exacta de reprogramación con el cliente antes de terminar la llamada.
- Cuando el cliente menciona competidores más baratos, advierte sobre falsificaciones de forma algo despectiva en vez de enfatizar el valor diferencial del producto.
- Se pone ligeramente a la defensiva cuando el cliente se queja de la complejidad del proceso.

Recomendaciones

- **Incorporar un breve recordatorio de beneficios del producto en cada llamada antes de discutir el pago — reforzar la motivación original del cliente.**
- **Desarrollar una técnica de cierre más fuerte para el mismo día: en vez de ofrecer reprogramar inmediatamente, intentar '¿Sería posible hacerlo hoy más tarde para que despachemos mañana?'**
- **Ampliar el repertorio de manejo de objeciones: preparar 2-3 enfoques diferentes de construcción de confianza (testimonios, seguimiento de envío, garantía de satisfacción) más allá de solo citar RUC/SUNAT.**
- **Siempre confirmar la fecha y hora específica de reprogramación antes de terminar la llamada.**
- **Cuando los clientes mencionan productos de la competencia más baratos, pivotar a diferenciación positiva en vez de advertir sobre falsificaciones.**
- **Evitar lenguaje defensivo cuando los clientes expresan frustración — reconocer primero su frustración, luego explicar.**
- **En llamadas con mala calidad de audio, sugerir proactivamente llamar de vuelta o cambiar a WhatsApp texto en vez de repetir información múltiples veces.**

Detalle de llamadas evaluadas

#	Score	Resumen
1	72%	Cliente no ha cobrado aún, pide reprogramar para mañana. Manejo fluido, reprogramó y recordó info de WhatsApp.
2	75%	Buena estructura. Describió claramente el pedido (tratamiento + gel + detalles de envío + ubicación Olva). Cliente se comprometió.
3	68%	Llamada corta. Cliente sin conectividad, no puede depositar. Reprogramó para el lunes sin mención del producto.
4	82%	Llamada sólida. Cliente quería reducir pedido por costo. Ofreció hábilmente bajar de 9 productos a tratamiento de 1 mes.
5	70%	Cliente menciona productos más baratos de la competencia. Respondió con advertencia extendida sobre falsificaciones.
6	68%	Cliente dice que familia ya está comprando el producto en Lima y cancela. Explicó bien el proceso de prepago pero no logró retener.
7	73%	Cliente no pudo depositar por límites de cuenta, pide reprogramar para sábado. Reprogramó y recordó obsequio incluido.
8	78%	Cliente objeta precio. Ofreció bajar de multi-mes a tratamiento de 1 mes. Explicó detalles de envío claramente.
9	80%	Mejor llamada de construcción de confianza. Cliente compartió experiencia previa de estafa. Escuchó pacientemente y diferenció el proceso.

#	Score	Resumen
10	74%	Cliente en zona rural, pide reprogramar para domingo. Reprogramó y mencionó obsequio gratis como incentivo.
11	65%	Llamada muy corta. Cliente difícil de entender, dice que depositará mañana. Reprogramó con mínimo engagement.
12	70%	Cliente dice que el monto es mucho, necesita apoyo de su esposa. Ofreció bajar a 1 mes pero no logró compromiso.
13	78%	Buena llamada. Cliente se comprometió a pagar mañana. Confirmó múltiples canales de pago (Yape, BCP, Banco de la Nación).
14	72%	Cliente ocupado, dice que depositará hoy más tarde. Confirmó canal WhatsApp y se identificó.
15	75%	Teléfono del cliente roto, no puede ver WhatsApp. Ofreció reenviar a otro número o dictar número de Yape por teléfono.
16	55%	Cliente contesta pero pasa el teléfono a alguien más que nunca responde. Esencialmente sin contacto efectivo.
17	77%	Cliente recurrente (segundo intento de compra). Notó compra fallida previa de julio y la usó para reforzar urgencia.
18	75%	Cliente en el trabajo pero confirma que hará Yape en 30 minutos. Confirmó número de Yape y canal WhatsApp.
19	70%	Cliente sale a trabajar a la mina, regresará en fecha específica. Confirmó detalles del mensaje de WhatsApp.
20	73%	Cliente tuvo accidente vehicular y está hospitalizado. Manejo empático ('espero que se mejore'), liberó al cliente sin presión.
21	76%	Cliente preguntó sobre tiempo de entrega. Dio estimado claro de 3-4 días con cronograma específico.
22	65%	Llamada más compleja (5+ min). Padre del cliente desconfía del prepago por estafas previas. Cliente quiere COD.
23	62%	Llamada difícil con problemas severos de audio. Cliente apenas escucha. Múltiples repeticiones necesarias.
24	63%	Problemas severos de calidad de audio. Cliente no puede escuchar bien. Finalmente redirigió a un agente.
25	74%	Cliente no ha cobrado de su empleador, no puede depositar aún. Paciente y comprensiva, ofreció reservar stock.
26	72%	Cliente no ha revisado WhatsApp pero dice que verificará y pagará hoy. Confirmó métodos de pago (Yape + BCP).
27	68%	Cliente objetivo no disponible — en la chacra. Familiar contestó. Agendó callback para el lunes.
28	76%	Cliente dice que su hijo ya hizo el pago Yape pero no ha enviado el comprobante. Solicitó firmemente el recibo.
29	74%	Cliente no tuvo electricidad ayer, no pudo pagar. Reprogramó para hoy, indicó claramente número de Yape y WhatsApp.

Keshia Lynch — Extensión 1403

Keshia Lynch



62%

Llamadas evaluadas: 22

Fortalezas

- Estructura de saludo consistente: identifica el producto y referencia la reserva existente en la mayoría de las llamadas.

- Buena explicación del modelo de envío corporativo vía Olva Courier con recojo por DNI.
- Manejo efectivo de objeciones de legitimidad/confianza citando antigüedad de la empresa, presencia internacional (Perú/Chile/Colombia/México), certificaciones DIGESA y Ministerio de Salud.
- Ofrece múltiples opciones de pago (BCP, CCI para interbancario, Yape, depósitos) con instrucciones claras.
- Tono profesional y paciente incluso con clientes difíciles o confundidos.
- Buena capacidad para establecer plazos de pago vinculados a la preservación del descuento, creando urgencia.
- Se adapta bien cuando los clientes tienen problemas de conectividad o técnicos (ej. no tienen WhatsApp).

Debilidades

- Rara vez se identifica por nombre al inicio de la llamada; la mayoría de las llamadas carecen de identificación personal.
- No menciona el nombre de la empresa de forma consistente al inicio; salta directamente al nombre del producto.
- La explicación del pago suele ser apresurada o asume que el cliente ya leyó el WhatsApp; no re-explica proactivamente los pasos.
- Técnica de cierre débil: frecuentemente termina con un pasivo 'quedamos a la espera del comprobante' en vez de confirmar el compromiso activamente.
- No refuerza los beneficios del producto ni la propuesta de valor — se enfoca casi exclusivamente en logística y mecánica de pago.
- Cuando los clientes expresan desconfianza o piden COD, la explicación de por qué se requiere prepago es formulaica y a veces poco convincente.
- No agenda callbacks ni hace compromisos proactivos de seguimiento cuando el cliente posterga el pago.
- Problemas ocasionales de audio/conexión manejados con repeticiones excesivas de 'Aló' en vez de reconexión estructurada.

Recomendaciones

- **Siempre identificarse por nombre al inicio de cada llamada para construir rapport personal.**
- **Abrir con un breve recordatorio del valor del producto antes de saltar a la logística de pago — el cliente puede haber olvidado por qué lo quería.**
- **Cuando un cliente expresa duda sobre el prepago, usar prueba social ('muchos clientes en su zona ya han recibido sus pedidos') además de credenciales corporativas.**
- **Desarrollar un guion de cierre más fuerte: en vez de 'quedamos a la espera', intentar '¿Entonces hace el Yape hoy antes de las 5pm y me envía la captura, correcto?'**
- **Para clientes que postergan, siempre fijar hora específica de callback: 'Le llamo mañana a las 3pm para asistirle con el pago'.**
- **Cuando los clientes mencionan anuncios de Facebook con precios más bajos, tener un rebate estructurado comparando producto original vs. falsificaciones.**
- **Practicar una respuesta de construcción de confianza más corta y empática — la respuesta actual es demasiado larga y corporativa.**

Detalle de llamadas evaluadas

#	Score	Resumen
1	60%	Llamada corta de seguimiento. Saludo menciona producto (Gliconol) y referencia mensaje de WhatsApp. Sin identificación personal.
2	75%	Cliente listo para pagar pero necesita aclaración de datos. Explicó pacientemente cuenta BCP, CCI para interbancario, Yape.
3	45%	Cliente ocupada con problemas de conexión. Repitió saludo múltiples veces sin lograr comunicación clara.
4	70%	Cliente recurrente lista para pagar hoy por Yape. Confirmó calendario de pago y explicó detalles de
5	35%	Problemas severos de conexión. Inició con un '¿Qué es eso?' fuera de guion. Múltiples intentos de 'Aló' sin lograr comunicación.
6	68%	Cliente pregunta '¿De verdad va a llegar?' — respondió bien explicando envío corporativo (envío a nombre, tracking Olva).

#	Score	Resumen
7	82%	Mejor llamada de construcción de confianza. Cliente vio anuncios competidores en Facebook y dudó. Respuesta completa y convincente.
8	78%	Cliente preocupada por estafa — hermana le advirtió. Manejo bueno: explicó empresa Healer (6+ años), presencia internacional.
9	55%	Cliente preguntó cómo adquirir y pidió WhatsApp. Proporcionó info pero con poca estructura.
10	65%	Cliente pidió contra entrega. Explicó que el distribuidor solo trabaja con envío corporativo Olva y no tiene COD en esa zona.
11	63%	Cliente fuera de la ciudad por trabajo, regresa la próxima semana. Agendó seguimiento para el miércoles.
12	60%	Cliente dice que no puede pagar ahora — le deben dinero. Presionó por una fecha, usó la excusa del sistema.
13	72%	Cliente preguntó por distribución en Lima — explicó que en Lima sí hay contra entrega. Buena contextualización.
14	58%	Cliente dice que su hija manejará el pago. Confirmó proceso pero con poco engagement.
15	50%	Cliente no tiene WhatsApp en este número. Intentó conseguir número alternativo pero cliente confundido.
16	75%	Llamada más larga. Cliente disputa precios — vio anuncio diferente y quiere COD. Manejo completo de la objeción.
17	58%	Cliente tiene problema práctico: el agente bancario está lleno y no le ayudan a tomar fotos del recibo.
18	62%	Cliente en zona remota, difícil hacer depósitos. Pidió fecha específica, usó excusa del sistema.
19	55%	Problemas de conexión al inicio. Cliente confundido y no escucha bien. Logró transmitir info de reserva.
20	65%	Cliente con problemas de conexión pide repetir. Re-explicó producto (Flexasil para dolor articular).
21	70%	Cliente no tiene WhatsApp — envió SMS. Cliente sospecha por llamadas de distintos números.
22	50%	Cliente dice que ya habló con alguien antes y necesita otra semana (viajando en Ecuador). Prefiere COD.

Katherine Aranzamendi — Extensión 1850

Katherine Aranzamendi



62%

Llamadas evaluadas: 12

Fortalezas

- Identificación consistente: se presenta como Kathy del área de seguimiento, referenciando el producto específico y la ciudad de destino.
- Buen conocimiento de producto: demostró sólida capacidad para explicar líneas de productos, compatibilidad entre suplementos y recomendaciones de tratamiento.
- Construcción de confianza efectiva con argumentos institucionales: referencia nombre de empresa (Gilarte/GILARSA), registro sanitario, años en el mercado, presencia en múltiples países.
- Uso proactivo de WhatsApp como canal de seguimiento: envía info de pago, fotos de productos e instrucciones de voucher antes de llamar.
- Tono paciente y profesional incluso con clientes difíciles o escépticos.
- Explicación clara del proceso de pago: dicta números de Yape, especifica el nombre de empresa que aparecerá, y explica el proceso de envío de voucher.

Debilidades

- El saludo a veces suena apresurado o formulaico — ocasionalmente se atropella con las palabras, posiblemente por hablar rápido o problemas de la transcripción.

- No siempre explica claramente POR QUÉ se requiere prepago (sin cobertura COD en zonas remotas) — asume que el cliente ya lo sabe.
- Técnica de cierre débil: frecuentemente termina con un pasivo 'quedo a la espera' en vez de fijar un compromiso de hora específica para el pago.
- Varias llamadas son seguimientos muy cortos con mínimo engagement, perdiendo oportunidades de reforzar valor y abordar objeciones latentes.
- En la llamada 8, perdió el control de la conversación cuando el cliente repetía 'Señorita' — no recuperó estructura y terminó abruptamente.
- La llamada 10 tiene problemas severos de transcripción (patrón repetitivo de 'no') sugiriendo problemas técnicos o llamada improductiva.
- No ofrece proactivamente estimados de tiempo de envío en la mayoría de las llamadas para crear urgencia.

Recomendaciones

- **Estructurar un guion de saludo estándar: nombre, empresa, producto, destino, y referencia inmediata a POR QUÉ se necesita prepago.**
- **Mejorar técnica de cierre: en vez de 'quedo a la espera', proponer hora específica ('Le llamo a las 5pm para confirmar su comprobante') y confirmar verbalmente.**
- **Cuando los clientes expresan desconfianza, usar una secuencia estructurada: (1) validar la preocupación, (2) ofrecer prueba verificable (RUC en SUNAT, registro DIGESA), (3) referenciar experiencia de otros clientes, (4) ofrecer paso específico siguiente.**
- **Para clientes que necesitan tiempo, siempre agendar un callback concreto en vez de dejarlo abierto.**
- **Abordar la objeción de 'demasiados suplementos' con un marco de priorización claro en vez de empujar a tomar todo simultáneamente.**
- **Monitorear y resolver problemas técnicos que causan transcripciones distorsionadas — puede indicar problemas de teléfono o headset.**

Detalle de llamadas evaluadas

#	Score	Resumen
1	60%	Llamada corta de seguimiento. Cliente ya dispuesta a pagar. Se identificó y mencionó el producto correctamente. No explicó proceso de pago proactivamente.
2	78%	Mejor llamada de la muestra. Cliente con múltiples suplementos dudaba de agregar otro. Mostró fuerte conocimiento de producto y enfoque consultivo.
3	72%	Llamada difícil — cliente estafado por otras empresas. Manejó bien la objeción de confianza pero el cliente finalmente no se comprometió.
4	68%	Corta y eficiente. Cliente quería postergar pago al viernes. Confirmó reserva y verificó dirección de Olva.
5	65%	Cliente ya convencida — hermana enviaría dinero para pago. Confirmó proceso y preguntó sobre WhatsApp.
6	65%	Cliente preguntó por courier alternativo (Shalom) para Cusco. Aclaró que el envío lo cubre la empresa. Buen manejo.
7	67%	Cliente lista para pagar pero estaba en el mercado. Dictó eficientemente número de Yape y WhatsApp para comprobante.
8	70%	Llamada muy desafiante — cliente con desconfianza profunda, investigó el producto y encontró inconsistencias. Defensa sólida de legitimidad.
9	45%	Llamada problemática. Sin saludo apropiado — saltó directo a preguntar sobre WhatsApp. Cliente confundido sobre Olva.
10	58%	Cliente no tenía WhatsApp en el número llamado. Intentó proporcionar número alternativo pero cliente no cooperó.
11	25%	Llamada esencialmente fallida. Transcripción dominada por patrón repetitivo de 'no' — posible artefacto técnico de audio o llamada improductiva.

#	Score	Resumen
12	62%	Seguimiento corto. Cliente ya había leído info de WhatsApp y estaba lista para pagar. Confirmó nombre de empresa y proceso de recibo.

6. Recomendaciones Generales

Estandarizar el saludo con referencia a la orden existente

La llamada debe abrir contextualizando al cliente: 'Usted habló con nuestro equipo sobre [producto] y se generó una orden de envío a [ciudad]'. Esto legitima la llamada y reduce la desconfianza inicial. Actualmente los analistas mencionan el producto pero no siempre referencian la interacción previa.

Explicar proactivamente POR QUÉ se requiere prepago

No asumir que el cliente entiende la razón del depósito. En los primeros 30 segundos, explicar que Olva Courier no ofrece contra entrega en su zona. Varios analistas saltan directamente a los métodos de pago sin este paso crucial.

Crear protocolo de confianza estructurado

Antes de solicitar el pago, mencionar al menos 3 elementos verificables: RUC de la empresa (consultable en SUNAT), registro sanitario DIGESA, años en el mercado, presencia en múltiples países, y el código de seguimiento Olva que recibirán. Esto debe ser parte del flujo estándar, no solo una respuesta reactiva a objeciones.

Diversificar el manejo de la objeción de desconfianza

La desconfianza al prepago es la objeción #1 (~45% de las llamadas). Desarrollar un árbol de 3-4 respuestas diferentes: (1) verificación en línea del RUC en SUNAT, (2) fotos del producto y del almacén, (3) testimonio de clientes en la misma zona, (4) garantía de devolución si no llega. No repetir siempre el mismo argumento.

Mejorar técnica de cierre con compromiso específico

Reemplazar 'quedo a la espera' o 'avísame cuando deposite' por cierres con hora específica: '¿Puede hacer el Yape hoy antes de las 5pm y enviarme el comprobante por WhatsApp?' La mejor práctica observada (Laith) es permanecer en línea mientras el cliente realiza el pago.

Reforzar valor del producto antes de negociar precio

Cuando el cliente dice 'es caro', los analistas tienden a ofrecer paquetes menores inmediatamente. Antes de negociar precio, reforzar brevemente los beneficios del producto y recordar por qué el cliente se interesó originalmente.

Agendar callbacks con hora específica

Cuando el cliente necesita tiempo (consultar familiar, esperar cobro, etc.), siempre cerrar con una hora y fecha concretas: 'Le llamo mañana a las 3pm para confirmar'. No dejar el seguimiento abierto con 'me avisa'.

Estructurar la llamada con flujo estándar

Adoptar un flujo estándar: Saludo con nombre > Referencia a la orden existente > Explicación de por qué se requiere prepago > Elementos de confianza > Refuerzo de beneficios del producto > Cierre con fecha/hora específica. Esto estandariza la calidad y reduce las llamadas sin estructura.

Auditoría basada en el análisis de 103 llamadas de un universo de 118 llamadas de depósito >60s con transcripción (195 llamadas totales >30s). Periodo: agosto 2026 completo. Atribución por extensión PBX (781, 1403, 1794, 1850). Para Arelys Tecco se tomó muestra aleatoria de 40 sobre 55 disponibles; para los demás se evaluó la totalidad.