SuperLeads

Sistemas de Inscripciones para instituciones educativas

PERFIL DE CONTRATACIÓN

Asesor(a) de Admisiones Educativo · Nivel abierto

Documento oficial para el área de Recursos Humanos

Define el puesto, el perfil ideal, la guía de entrevista y el sistema de calificación.

Alineado a la metodología SuperLeads · Versión 1 · 2026

CONTENIDO

1. Propósito de este documento
2. Resumen del puesto
3. Lo que la institución necesita primero (y lo necesario de apoyo)
4. Encaje con la metodología SuperLeads
5. Responsabilidades clave
6. Resultados esperados y KPIs
7. Perfil ideal del candidato
8. Condiciones del puesto y compensación
9. Proceso de selección
10. Guía de entrevista estructurada
11. Rúbrica de calificación
12. Prompt de calificación con IA
13. Checklist final para Recursos Humanos

1. Propósito de este documento

Este perfil existe para que Recursos Humanos contrate con criterio, no con corazonadas. Reúne en un solo lugar qué hace este puesto, qué resultados debe producir, qué perfil de persona lo logra, cómo entrevistarla y cómo calificarla de forma objetiva.

La idea central es simple: este rol no se selecciona por "experiencia en ventas" en abstracto, sino por **encaje con la forma de operar de SuperLeads**. Hay seis creencias y hábitos que, o los trae la persona, o son muy difíciles de enseñar. Todo el documento gira alrededor de detectarlos.

> **Cómo usarlo RH:**
> - Para publicar la vacante: usa las secciones 2, 5, 7 y 8.
> - Para entrevistar: usa la sección 10 tal cual, pregunta por pregunta.
> - Para decidir: usa las secciones 11 y 12 para calificar y comparar candidatos.

2. Resumen del puesto

Nombre del puesto	Asesor(a) de Admisiones – Institución educativa (nivel abierto)
Área	Admisiones / Comercial
Nivel educativo	**Abierto.** Aplica igual a colegios K-12 y a instituciones de educación superior. Donde este documento dice "familia", en universidad léase "candidato y su familia".
Reporta a	Dirección de Admisiones de la institución
Opera dentro de	Sistema de Inscripciones SuperLeads (CRM y metodología)
Modalidad	Presencial en campus, con seguimiento digital a familias y candidatos
Nivel de pago	Base modesta + variable por inscritos + boosters (ver sección 8)

Misión del rol

> **Convertir a familias y candidatos interesados en alumnos inscritos**, ofreciendo una experiencia cálida, ordenada y predecible, con seguimiento impecable y tiempos de respuesta rápidos — para que cada lugar disponible de la institución se llene con la familia correcta.

3. Lo que la institución necesita primero

Antes de listar habilidades, hay que tener claro qué resultado le compra la institución a esta persona. Si esto no se cumple, lo demás no importa. Lo separamos en dos capas: **el corazón del puesto** (lo esencial, no negociable) y **lo necesario de apoyo** (lo que habilita y sostiene ese corazón).

A · El corazón del puesto — lo esencial

Esto es lo que la institución necesita primero. Un candidato que falla aquí no entra, aunque domine las herramientas.

Llenar el lugar vacío con la familia correcta	Cada lugar que no se inscribe es dinero y misión que se pierden. El rol existe para cerrar ese hueco, ciclo a ciclo.
Seguimiento impecable	Ninguna familia o candidato interesado se cae por olvido. Contacto en menos de 24 horas y una cadencia disciplinada hasta que haya una respuesta clara.
Experiencia cálida y humana	La familia decide dónde se va a formar durante años. La calidez y la claridad en cada contacto son parte del producto, no un extra.
Cierre consultivo, sin presión	Entender primero la duda real de la familia y luego acompañar la decisión. Nunca cerrar por ansiedad ni empujar.
Resultados predecibles, no de suerte	Trabajar el embudo de forma que la institución pueda anticipar cuántos alumnos va a inscribir, no cruzar los dedos cada ciclo.

B · Lo necesario de apoyo

Esto habilita y sostiene el corazón del puesto. Es indispensable para operar bien, pero está al servicio de lo anterior.

Disciplina de registro en el CRM	Todo vive en SuperLeads: si no está en el CRM, no existe. Cada familia con su etapa, su última interacción y su siguiente paso con fecha.
Orden y priorización	Saber qué tocar primero cada día (lo más cerca del cierre, lo que lleva más tiempo detenido) y no perder a nadie entre 30 o 40 familias.
Manejo de objeciones base	Responder precio, distancia, comparación con otra institución y “déjame pensarlo” moviendo la conversación a valor y decisión.
Operación de Open House y referidos	Ejecutar eventos “minuto a minuto” y activar referidos de familias, alumnos y empleados con metas y trazabilidad.
Lectura básica de métricas	Mirar su propio embudo (contactación, citas, asistencia, conversión) y ajustar con datos, no por intuición.
Herramientas	SuperLeads (CRM, automatizaciones, tableros), Google Calendar, hojas de cálculo, WhatsApp Business y Loom para recorridos y mensajes.

4. Encaje con la metodología SuperLeads

“Que se acople a la metodología” no es una frase suelta: significa que la persona comparte seis creencias que sostienen toda la operación de SuperLeads. Estas seis son la columna vertebral de la entrevista (sección 10) y de la calificación (secciones 11 y 12).

1. Sistema sobre suerte	Cuando un ciclo no llega a la meta, el problema casi nunca es la

	publicidad, el precio o el mercado: es el proceso. La persona mira su embudo, no busca culpables externos.
2. Disciplina de seguimiento con criterio	Cadencia ordenada (por ejemplo día 0, 1, 3, 7 y 14), mensajes breves, una sola pregunta a la vez, y criterio para saber cuándo parar. Ni terquedad, ni abandono.
3. Si no está en el CRM, no existe	Todo se documenta y siempre se deja un siguiente paso con fecha. La dirección puede ver el estado de cada familia sin tener que preguntar.
4. Diagnóstico antes que empuje	Primero entender la situación real de la familia, luego acompañar. El cierre por ansiedad está prohibido en la cultura SuperLeads.
5. Valor antes que precio	El precio se aborda después del valor y del impacto. No se descalifica a la competencia ni se suelta descuento al primer empujón. Se aprende a leer la mentalidad de escasez.
6. Honestidad de alcance	No se promete lo que no se cumple. Es la regla más importante del Modelo, y en admisiones toca directamente a familias y estudiantes.

5. Responsabilidades clave

- Gestionar el embudo completo en SuperLeads (lead ⟶ contacto ⟶ cita ⟶ asistencia ⟶ inscrito) siguiendo los guiones y plantillas por etapa.
- Contactar a cada lead en menos de 24 horas y sostener la cadencia de seguimiento hasta lograr una respuesta clara.
- Agendar y confirmar citas, dar recorridos memorables del campus y cerrar la inscripción con un proceso ordenado.
- Operar campañas de referidos (familias, alumnos y empleados) con metas mensuales y trazabilidad de origen.
- Preparar, ejecutar y medir el Open House “minuto a minuto”, con base de datos segmentada y recordatorios automatizados (D-30, D-14, D-7, D-1, día 8am y T-1h).
- Simplificar y dar seguimiento a la documentación de ingreso (formularios y recordatorios) hasta una tasa de completado alta.
- Mantener los KPIs y reportes semanales al día, y proponer mejoras continuas con base en los números.

6. Resultados esperados y KPIs

Estos indicadores definen el éxito en el puesto y son la base de la parte variable de la compensación.

Indicador	Meta
Contactación en ⬩ 24 h	≥ 80% de los leads, de forma documentada
Citas por contacto	≥ 60%

Indicador	Meta
Asistencia a cita	≥ 75%
Conversión lead → inscrito	≥ 20% (meta aspiracional según contexto)
Documentación completa	≥ 90%
Nurture activo	100% de las familias en seguimiento
NPS tras el recorrido	≥ 70
Tablero / CRM al día	Embudo y siguiente paso actualizados siempre

7. Perfil ideal del candidato

Indispensable

- Experiencia en atención a clientes, ventas consultivas, admisiones o un rol con seguimiento y trato directo con personas.
- Comunicación cálida, clara y empática, hablada y escrita.
- Hábito demostrable de organización y seguimiento (no se le caen los pendientes).
- Comodidad trabajando con metas, números y un CRM.
- Integridad: capacidad de sostener lo que sí se puede prometer.

Deseable

- Experiencia previa en el sector educativo —K-12 o educación superior— o vendiendo servicios de alto involucramiento, donde la decisión toma tiempo.
- Experiencia con embudos comerciales y herramientas como GoHighLevel u otro CRM.
- Manejo de WhatsApp Business, Google Workspace y video (Loom).

Competencias de comportamiento

Orientación a servicio y calidez	Hace sentir acompañada a la familia en cada contacto.
Ejecución disciplinada	Cumple procesos, mide y mejora; nada se queda sin seguimiento.
Comunicación empática	Escucha, entiende la duda real y responde con claridad.
Manejo de objeciones sin presión	Enfoque consultivo, no de empuje.
Rigurosidad operativa	Documenta todo y deja siempre un siguiente paso con fecha.
Resiliencia	Sostiene una racha de “no” sin endurecerse ni rendirse.

8. Condiciones del puesto y compensación

El esquema premia el resultado. La base es modesta a propósito y el grueso del ingreso se construye con inscritos y con retención. Los montos exactos los define RH / dirección según el mercado local; abajo va la estructura recomendada.

Componente	Monto	Detalle
Fijo mensual	$[a definir por RH]	Sueldo base estable.
Variable por inscritos	$[por alumno]	Comisión por cada alumno inscrito (medido en su primer mes).
Booster de retención	Bono	Por mantener retención de inscritos > 90%.
Booster de conversión / tiempos	Bono	Por cumplir hitos de conversión y de contactación en < 24 h.

> **Recomendación:** comunica el esquema completo desde la entrevista. La transparencia sobre el variable filtra a quien solo busca un fijo cómodo.

9. Proceso de selección

Cinco etapas. La idea es invertir poco tiempo en quien no encaja y mucho criterio en quien sí.

1. Filtro de CV y datos	Revisar experiencia mínima y disponibilidad. Descarta lo obvio.
2. Llamada corta de pre-filtro	10–15 min. Confirmar interés real, disponibilidad y aceptación del esquema base + variable. Aplicar la pregunta eliminatoria de sueldo.
3. Entrevista estructurada	Aplicar la guía de la sección 10. Grabar o tomar notas literales para poder calificar después.
4. Calificación con IA	Pasar la transcripción por el prompt de la sección 12. Comparar candidatos con la rúbrica de la sección 11.
5. Validación final y oferta	Verificación de referencias, validación cultural y oferta al mejor encaje metodológico.

10. Guía de entrevista estructurada

Cada pregunta caza uno de los seis filtros de la metodología. La estructura es siempre la misma: la pregunta exacta (léela tal cual), la repregunta (que descubre a quien improvisa) y qué escuchar (la señal del candidato top). Toma notas literales: el prompt de IA necesita las palabras del candidato, no tu resumen.

Cómo conducir la entrevista

- Haz una pregunta a la vez y deja silencio. No ayudes a completar la respuesta.
- Si la respuesta es genérica, usa la repregunta. La verdad está en el detalle concreto (números, fechas, palabras textuales).

- No anticipes la "respuesta correcta"; deja que el candidato la construya o falle solo.
- Anota frases textuales, sobre todo en las dos preguntas eliminatorias.

Pregunta de entrada — eliminatoria de contexto (sueldo)

Pregunta: "El sueldo base de este rol es modesto al inicio y el grueso se construye con resultados y crecimiento. ¿Qué te haría dar el 100% aquí los primeros meses?"

Qué escuchar: Energía que viene de aprender, del variable por resultados, de construir o del propósito de ayudar a familias.

Bandera roja (descarta): La motivación es puramente la estabilidad del fijo, o ya viene negociando o quejándose del dinero. Si falla aquí, no avances a las seis preguntas.

Pregunta 1 — Filtro 1 · Sistema sobre suerte

Pregunta: "Imagina que cierras un mes con pocos alumnos inscritos. ¿Qué es lo primero que revisas para entender por qué?"

Repregunta: "¿Y si te dicen que el marketing trajo muchos prospectos buenos, pero aun así no inscribiste? ¿Dónde miras?"

Qué escuchar (candidato top): Va directo a su proceso: dónde se cayó la familia, qué etapa falló, qué seguimiento faltó.

Bandera roja: Culpa al precio, a la publicidad, a la competencia o "al mercado". Es la creencia central; si no la trae, todo es cuesta arriba.

Pregunta 2 — Filtro 2 · Disciplina de seguimiento con criterio

Pregunta: "Cuéntame del último prospecto que mostró interés y luego se quedó callado. Llévame paso a paso: qué hiciste el día 1, el día 3, la semana siguiente."

Repregunta: "¿En qué momento decidiste que ya era suficiente, y cómo lo supiste?"

Qué escuchar (candidato top): El seguimiento suena a cadencia y sistema, breve y con criterio para parar; no a insistencia ciega ni a abandono temprano.

Bandera roja: O no da seguimiento, o no sabe parar nunca. Ambos extremos se descartan.

Pregunta 3 — Filtro 3 · Si no está en el CRM, no existe

Pregunta: "Tienes 40 familias repartidas en todas las etapas. ¿Cómo te aseguras de que ninguna se cae y de que tu dirección puede ver en qué va cada una sin preguntarte?"

Repregunta: "Si tu jefe te pregunta hoy cuántas familias están a un paso de inscribirse, ¿cómo lo contestas en 30 segundos?"

Qué escuchar (candidato top): Documenta todo en el sistema, deja siguiente paso con fecha y piensa en tablero.

Bandera roja: "Lo tengo en la cabeza" o "en mi libreta". No opera un funnel; mide rigor de trazabilidad.

Pregunta 4 — Filtro 4 · Diagnóstico antes que empuje

> **Pregunta:** "Una familia termina el recorrido encantada pero dice 'déjame pensarlo, lo platico en casa'. Dime casi textual qué le contestas en ese momento."
>
> **Repregunta:** "¿Y si te dice que sí pero no agenda nada concreto? ¿Qué haces para no perderla sin perseguirla?"
>
> **Qué escuchar (candidato top):** Primero entiende qué tiene que pensar la familia (precio, distancia, comparación) y luego propone un siguiente paso con fecha.
>
> **Bandera roja:** Empuja con urgencia falsa o se desinfla con un "aquí estoy cuando quiera". Choca con la regla de no cerrar por ansiedad.

Pregunta 5 — Filtro 5 · Valor antes que precio

> **Pregunta:** "Un papá dice 'está muy caro, la de junto cuesta la mitad'. ¿Qué le respondes?"
>
> **Repregunta:** "¿Y si insiste en que es exactamente lo mismo y solo cambia el precio?"
>
> **Qué escuchar (candidato top):** Mueve la conversación a qué está comprando la familia y a la decisión, sin defenderse, sin atacar a la competencia y sin soltar descuento al primer empujón.
>
> **Bandera roja:** Se justifica, ataca a la otra institución, o baja el precio de inmediato.

Pregunta 6 — Filtro 6 · Honestidad de alcance · ELIMINATORIA

> **Pregunta:** "¿Alguna vez sentiste que para cerrar tenías que prometer algo que sabías que no se iba a cumplir? ¿Qué hiciste?"
>
> **Repregunta:** "¿Qué harías aquí si una familia te pide una garantía que la institución no puede dar?"
>
> **Qué escuchar (candidato top):** Tiene una línea clara y la sostuvo aunque costara la venta.
>
> **Bandera roja:** Prometería (o ya prometió) lo que no se cumple. Es eliminatoria: descarta aunque el resto brille.

11. Rúbrica de calificación

Se califica cada respuesta contra su filtro, no "la entrevista" en general. Escala de 1 a 3:

3 · Excelente	Da un hecho concreto, con detalle verificable (números, fechas, palabras textuales) y refleja la conducta correcta del filtro.
2 · Aceptable	Idea correcta pero genérica, sin evidencia concreta.
1 · Débil / contrario	Respuesta vaga o evasiva, o muestra la conducta opuesta (presión, abandono, culpar afuera, motivación solo por dinero).

Pesos y reglas

- Los filtros **1, 2 y 4** (sistema, seguimiento y diagnóstico) valen **doble**: son los que más separan al perfil top.

- Los filtros **3, 5 y 6** valen normal (peso 1), salvo que el 6 marque falla ética.
- **Eliminatorias:** la pregunta de entrada (sueldo) y el filtro 6 (ética). Fallar cualquiera descarta al candidato sin importar el puntaje.
- Puntaje máximo ponderado: filtros 1, 2, 4 (×2 = 18) + filtros 3, 5 (×1 = 6) = **24 puntos**. El filtro 6 se trata como pasa / no pasa.

Lectura del resultado

Puntaje	Qué significa
20 – 24	Encaje fuerte. Avanza a validación final y oferta.
14 – 19	Encaje medio. Considera si las brechas son enseñables; segunda conversación.
< 14	Encaje bajo. Probablemente no es el perfil, aunque caiga bien.
Falla eliminatoria	No apto, sin importar el puntaje.

12. Prompt de calificación con IA

Pega la transcripción (o tus notas literales) de la entrevista de un candidato debajo de este prompt. Puedes pegar varias y pedir un ranking. Está pensado para que la IA califique con la misma rúbrica de la sección 11, citando evidencia y sin inventar.

```
Eres un evaluador de talento experto en admisiones educativas y en la metodologia
SuperLeads. Vas a calificar a un candidato a ASESOR(A) DE ADMISIONES de una institucion
educativa (K-12 o universidad) a partir de la transcripcion de su entrevista. Se estricto
y NO inventes nada que no este en el texto.

CONTEXTO DEL PUESTO
El rol convierte a familias y candidatos interesados en alumnos inscritos, con seguimiento
impecable, calidez y cierre consultivo, operando dentro del sistema SuperLeads. Se
selecciona por encaje con 6 creencias de la metodologia, no por experiencia generica
en ventas.

PASO 1 - ELIMINATORIAS (pasa / no pasa)
a) Sueldo/etapa: su motivacion va mas alla del fijo (aprender, variable, construir,
   proposito). Si la motivacion es solo estabilidad o viene quejandose del dinero -> NO APTO.
b) Etica / honestidad de alcance: sostiene una linea y NO promete lo que no se cumple.
   Si prometeria lo incumplible para cerrar -> NO APTO.
Si falla cualquiera, marca NO APTO, explica por que con evidencia y DETENTE (sin puntaje).

PASO 2 - CALIFICA LOS 6 FILTROS (escala 1-3)
F1 Sistema sobre suerte: mira su proceso/embudo, no culpa afuera (precio, ads, mercado).
F2 Seguimiento con criterio: cadencia ordenada y breve, sabe cuando parar.
F3 Si no esta en el CRM no existe: documenta y deja siguiente paso con fecha.
F4 Diagnostico antes que empuje: entiende la duda real antes de proponer; no presiona.
F5 Valor antes que precio: mueve a valor/decision, no descalifica ni descuenta de inmediato.
F6 Honestidad de alcance: linea etica clara (ya validada como eliminatoria; puntua 1-3).
Escala: 3 = hecho concreto con detalle verificable y conducta correcta; 2 = idea correcta
pero generica; 1 = vaga, evasiva o conducta opuesta.

PASO 3 - PONDERA
Total = (F1 + F2 + F4) x 2 + (F3 + F5) x 1.  Maximo = 24.
Bandas: 20-24 fuerte; 14-19 medio; <14 bajo.
```

```
PASO 4 - DEVUELVE SOLO ESTE JSON (sin texto extra):
{
  "candidato": "",
  "apto": true,
  "motivo_no_apto": "",
  "filtros": {
    "F1_sistema": {"puntaje": 0, "evidencia": ""},
    "F2_seguimiento": {"puntaje": 0, "evidencia": ""},
    "F3_crm": {"puntaje": 0, "evidencia": ""},
    "F4_diagnostico": {"puntaje": 0, "evidencia": ""},
    "F5_valor_precio": {"puntaje": 0, "evidencia": ""},
    "F6_etica": {"puntaje": 0, "evidencia": ""}
  },
  "total_ponderado": 0,
  "banda": "",
  "fortalezas": "",
  "riesgos": "",
  "recomendacion": ""
}

REGLAS: cita evidencia textual del candidato en cada filtro. Si falta evidencia para un
filtro, asigna el puntaje mas bajo defendible y dilo. Para comparar varios candidatos,
devuelve un arreglo JSON y al final un ranking por total_ponderado (los NO APTO al fondo).

TRANSCRIPCION DEL CANDIDATO:
[ pega aqui la transcripcion o tus notas literales ]
```

13. Checklist final para Recursos Humanos

Antes de cerrar la contratación, confirma que tienes todo lo necesario.

☐ Vacante publicada con misión, responsabilidades, perfil y esquema de compensación (secciones 2, 5, 7 y 8).

☐ Pre-filtro telefónico hecho, con la pregunta eliminatoria de sueldo aplicada.

☐ Entrevista estructurada completa, con notas literales de las 6 preguntas y la eliminatoria.

☐ Transcripción pasada por el prompt de IA; puntaje y banda registrados.

☐ Comparativo de candidatos por total ponderado, con NO APTO al fondo.

☐ Verificación de referencias laborales del finalista.

☐ Validación cultural y de disponibilidad real.

☐ Carta oferta con esquema fijo + variable + boosters claramente explicado.

☐ Plan de onboarding al sistema SuperLeads y al CRM agendado para el primer día.