

**LLAMADO AD REFERENDUM  
TÉRMINOS DE REFERENCIA**

**“CONSULTORÍA PARA LA CAPACITACIÓN E INSERCIÓN LABORAL EN LA  
INDUSTRIA DE CENTROS DE CONTACTO – CALL CENTERS”**

**1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO**

**1.1 El desempleo de jóvenes en Asunción y Áreas urbanas**

- 1.1.1 De acuerdo a la encuesta continua de empleo realizado por la DGEEC la tasa de desempleo actual es de 7,4% que corresponde a 87.932 personas ubicadas en Asunción y Áreas Urbanas del Departamento Central. El país ha tenido en los últimos años un alto crecimiento de inversión en el desarrollo de los diferentes sectores productivos e industriales que requiere con urgencia de mano de obra debidamente calificada por lo que es necesario invertir en la formación de capital humano.

Educación y Pobreza son dos aspectos claves que necesitan ser atendidos en este país. La educación técnica y formación profesional tiene un nivel bajo en cuanto a contenidos y respuesta a las necesidades actuales. La pobreza es en parte consecuencia del bajo nivel educativo como también en la inequidad en la distribución del ingreso. Ambos puntos forman parte de la estrategia de intervención del actual gobierno paraguayo y ha establecido metas para mejorar los índices mencionados en el corto plazo.

Metas de formación en nuevas especialidades demandadas por los sectores productivos, enmarcado en compromisos asumidos a través del Programa de Apoyo a la Inserción Laboral – PAIL suscrito con el Banco Interamericano de Desarrollo – BID.

**1.2 La Industria de Centros de Contacto**

- 1.2.1 La industria de Centros de Contacto, ha demostrado ser un aliado de los gobiernos en la generación de empleo, como generador recurrente de oportunidades de primeros empleos, gracias a las características y condiciones laborales que ofrece, sobre todo a jóvenes de entre 18 y 29 años. Y adultos mayores de hasta 65 años.

Colombia es un ejemplo de país que en los últimos 10 años apostó desde el gobierno por este sector, adecuando infraestructura, legislación, impuestos y formación para atraer negocios internacionales así como inversores extranjeros que presten servicios desde el país.

En Colombia solo la tercerización de procesos de negocio (BPO, por sus siglas en inglés) genera 182.084 empleos, que representan el 73,81% del total de empleos que se generan por tercerización. En total sumando tercerización de procesos de negocio, tercerización de procesos de conocimiento (KPO, por sus siglas en inglés) y tercerización de tecnologías de la información (ITO, por sus siglas en inglés), esta industria aporta 246.709 puestos de trabajo. Según datos del Programa de Transformación Productiva (PTP), se espera que para 2032, se alcancen los 600.000 empleos directos.

En Paraguay esta industria emplea a más de 4.500 personas directamente y se estima que este año crecerá un 16,6%. En nuestro país existen las bases para que el sector se posicione a nivel regional, siempre y cuando se adecuen determinados aspectos que frenan las posibilidades de



internacionalización del sector, así como la atracción de inversores representativos de esta industria. Una de los aspectos que se requieren es el de la formación. El porcentaje de rotación mensual que se tiene hace que sea necesario un centro especializado de formación para cubrir la rotación normal de la Industria de Centro de contacto del mercado local, y se pueda contar a su vez con la posibilidad de cubrir nuevos puestos de trabajo.

De acuerdo al conocimiento del país y de sus necesidades se establece como ámbito de intervención la formación profesional vinculada al mercado de trabajo de diferentes rubros: Atención al Cliente, Ventas y Cobranzas.

### 1.3 Metas del proyecto

- 1.3.1 Se brinda formación técnica profesional de calidad a jóvenes y adultos.
- 1.3.2 La formación recibida en el marco del proyecto contribuye a que los jóvenes y adultos obtengan un trabajo en forma dependiente o independiente.
- 1.3.3 Contribuye a lograr avances importantes en la Educación Técnica Profesional y Formación Profesional.
- 1.3.4 Esta formación no solo contribuirá a la inserción laboral en el sector de Call Center sino que será el trampolín para el plan de carrera de los beneficiarios.

### 1.4 Objetivos para el logro de las metas del proyecto:

- 1.4.1 Cantidad de personas certificadas en especialidades del sector Call Center  
Cantidad de personas certificadas en la especialidad de Soporte al Usuario  
Cantidad de personas certificadas en la especialidad de Community Manager  
Indicadores Objetivo: Informes técnicos, planillas de asistencia, registros fotográficos
- 1.4.2 Que la cantidad de interesados en acceder a la formación logren capacitarse. Obtengan un trabajo en función al proceso de entrevistas que accederán con varias empresas del sector privado.

Indicadores Objetivo: Informe de la cantidad de personas que fueron insertados laboralmente.

- 1.4.3 Un 15% de los capacitados son mujeres. Un 30% de los egresados del proyecto trabajan o mejoraron su remuneración.

Indicadores Objetivo: serán evaluados a los interesados a través de entrevistas y videos que se les realizara a los 60 días de haber culminado los cursos de capacitación. En las mismas se realizarán consultas directas a los capacitados además se aplicarán encuestas. El porcentaje de mujeres se verificará según lo matriculado para los cursos y según la planilla de contratación entregada por cada empresa contratante.

- 1.4.4 Un 60% de los alumnos utilizan al menos un servicio implementado.  
Los consultores conocen y desarrollan el mismo proyecto educativo y logran una gestión exitosa:  
Los consultores o firma consultora desarrollaran los cursos en sus instalaciones, los mismos están adecuados a las necesidades de formación y perfil requerido por las empresas del sector privado,



cuentan con los equipamientos necesarios para el desarrollo de los programas de formación y estos responderán a la realidad del Mercado de Trabajo y se toma en cuenta la equidad de género.

Indicadores del objetivo: seguimiento y apoyo durante la participación en los cursos, en la búsqueda de empleo, material didáctico, charlas para la empleabilidad.

- 1.4.5 El 90% de los cursos son homogéneos en cuanto a equipamientos, insumos, nivel de los instructores.  
Indicadores del objetivo: Este indicador será verificado a través de formulario de monitoreo estandarizado de la SINAFOCAL.

## 5. OBJETIVO

Contribuir a la mejora de las oportunidades laborales de jóvenes y adultos brindándoles capacitación en nuevas áreas de trabajo, que se vinculan al desarrollo de nuevas tecnologías, como una herramienta para el desarrollo personal y mejora de la calidad de vida.

## 6. FUNCIONES

### 1- Selección

- a) Convocatoria
- b) Entrevistas individuales y grupales
- c) Aplicación de test psicotécnicos
- d) Elaboración de informe del postulante
- e) Convocatoria para inicio de curso

### 2- Capacitación

- a) Formación en Habilidades de Atención al Cliente
- b) Formación en Habilidades de Ventas
- c) Formación en Habilidades de Cobranzas
- d) Soporte al Usuario
- e) Community Manager

### 3- Inserción Laboral

- a) Concreción laboral con empresas del sector privado

## 7. PRODUCTOS E INFORMES ESPERADOS

### 7.1 Cursos

Capacitación de 1.200 personas en especialidades relacionadas al sector Call Center (Atención al cliente, Ventas y Cobranzas).

Capacitación de 25 personas en la especialidad de Soporte al Usuario

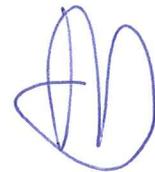
Capacitación de 25 personas en la especialidad de Community Manager



**7.2 Descripción de los puestos acorde a las capacitaciones que serán desarrolladas**

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b> Representante Telefónico de Atención al Cliente
<b>AREA:</b> Operaciones
<b>HABILIDADES LABORALES</b>
<p><b>Competencias Genéricas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Habilidad de Comunicación</li> <li>*Tolerancia al trabajo bajo presión</li> <li>*Adaptabilidad/Flexibilidad</li> <li>*Orientación al cliente</li> <li>*Confianza en sí mismo, actitud positiva y temple</li> <li>*Dinamismo y energía</li> </ul>
<p><b>Competencias Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Autocontrol</li> <li>*Calidad de gestión</li> <li>*Claridad del lenguaje</li> <li>*Resolución de conflictos</li> </ul>

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b> Agente de Ventas
<b>AREA:</b> Operaciones
<b>HABILIDADES LABORALES</b>
Comunicación efectiva (Oral, escrita y no verbal), confiabilidad (honestidad y confidencialidad), orientación al resultado, perfil comercial/persuasión, aptitud para la venta, tolerancia a la presión/frustración.
<b>ACTITUD LABORAL</b>
<p><b>Competencias Genéricas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 -Habilidad de comunicación</li> <li>2 -Tolerancia al trabajo bajo presión</li> <li>3 -Adaptabilidad/Flexibilidad</li> <li>4 -Orientación al cliente</li> <li>5 -Confianza en sí mismo, actitud positiva y temple</li> <li>6 -Dinamismo y energía</li> <li>7 -Apertura al aprendizaje</li> </ol>



Competencias Específicas

- 1 -Tolerancia a la frustración
- 2- Productividad
- 3- Persuasión/cierre de ventas
- 4 -Dominancia

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
<b>NOMBRE DEL PUESTO: Cobradores</b>
<b>AREA: Operaciones</b>
<b>HABILIDADES LABORALES</b>
<b>Competencias Genéricas</b>
Habilidad de comunicación Tolerancia al trabajo bajo presión Adaptabilidad/Flexibilidad Orientación al cliente Confianza en sí mismo, actitud positiva y temple Dinamismo y energía Apertura al aprendizaje
<b>Competencias Específicas</b>
Negociación Productividad Tolerancia a la frustración Pensamiento analítico

**7.3 Descripción del programa a ser desarrollado en los cursos de formación en habilidades de:**  
**Atención al Cliente, Ventas y Cobranzas**

**Programa de formación en habilidades de Atención al Cliente**

Clases Teórica /Practica/Pasantía

**TEMARIO**

**Introducción a la gestión del cliente.** Que las personas entiendan que el grado de Compromiso con la Organización define su satisfacción y realización profesional con respecto a sus metas personales. Encontrar oportunidades de mejora en los procesos que interactúan las distintas dependencias y que hacen al buen relacionamiento personal entre los funcionarios.

**Clasificación de Clientes**

Autoconocimiento y Reconocimiento del Cliente. Importancia de la calificación del Cliente. Tipos de Clientes. Tipos de personalidades. Características distintivas. Abordaje diferencial. Comunicación y percepción. Estilo de comunicación adecuado: indagación y argumentación efectiva para cada uno.



### **Momentos del contacto telefónico**

Planificación de la llamada. Apertura. Abordaje. Investigación. Manejo de objeciones. Administración del requerimiento. Cierre. Despedida. Evaluación de la gestión y feedback.

### **Comunicación eficaz**

La comunicación profesional orientada a logros y como vehículo para la indagación y la identificación de necesidades del cliente. Importancia de la Escucha Activa, Empatía e Indagación. Definición. Objetivos. Barreras. Estrategias de comunicación orientadas a incrementar la asertividad y la resolución de problemas.

### **Manejo y resolución de reclamos.**

Diferencia entre queja y reclamo. Técnicas de abordaje. Modelos mentales y conflicto. Componentes y niveles del conflicto. Proceso de resolución de conflictos operativos. Obstáculos y facilitadores. Clasificación de clientes y abordaje diferencial desde la indagación y argumentación.

### **Resolución de conflictos**

Modelos mentales y conflicto. Componentes y niveles del conflicto. Conflictos funcionales y disfuncionales. Análisis y resolución del conflicto. Pasos para realizar un abordaje efectivo de los reclamos. Tipos y técnicas de abordaje. Obstáculos y facilitadores. Marcos de conducta y efectos en las relaciones interpersonales. Competencias necesarias para gestionar conflictos.

### **Valores como pilar para el relacionamiento**

Honestidad, profesionalismo, trabajo en equipo, innovación, don de servicio, respeto, responsabilidad, puntualidad, colaboración, discreción.

### **Derecho laboral**

Derechos y obligaciones, tipo de ausencias, tipo de despidos, formas de pago, etc. Fuente: Código laboral.

### **Lenguaje profesional - Tono y dicción**

Cualidades de la voz, dicción, tono, velocidad, modulación de la voz, modismos, oratoria.

### **Normas de convivencia**

Las normas de convivencia propias del tipo de trabajo a desarrollar. Que está permitido y que no. Ejercicios a través de Role playing.

### **Programa de formación en habilidades de Ventas**

Clases Teórica /Practica/Pasantía

### **TEMARIO**

#### **Introducción a la gestión del cliente.**

Que las personas entiendan que el grado de Compromiso con la Organización define su satisfacción y realización profesional con respecto a sus metas personales. Encontrar oportunidades de mejora en los procesos que interactúan las distintas dependencias y que hacen al buen relacionamiento personal entre los funcionarios.

#### **Clasificación de Clientes**

Autoconocimiento y Reconocimiento del Cliente. Importancia de la calificación del Cliente. Tipos de Clientes. Tipos de personalidades. Características distintivas. Abordaje diferencial. Comunicación y percepción. Estilo de comunicación adecuado: indagación y argumentación efectiva para cada uno.



### **Comunicación efectiva.**

La comunicación profesional orientada a la coordinación de acciones. Principios y postulados. Axiomas de la comunicación. Comunicación efectiva. Facilitadores y obstáculos. La comunicación como vehículo para la indagación y la identificación de necesidades del Cliente.

### **Momentos de la venta**

Planificación. Apertura. Abordaje. Frase inicial. Investigación e Indagación efectiva. Manejo de objeciones. Presentación de beneficios vs características. Manejo de conflictos. Cierre de venta. Negociación. Despedida. Evaluación de la gestión y feedback.

### **Técnicas de aplicación.**

#### **Manejo de Objeciones**

Tipos de Objeciones. Técnicas de abordaje. Frase inicial y resistencia inicial del potencial Cliente. La parálisis del análisis. Miedo al rechazo. Barreras internas para recibir objeciones. Identificar y evaluar las necesidades del Cliente para resolver las objeciones. Indagación efectiva. Características y beneficios. Argumentación y descripciones sensoriales.

#### **Creatividad e innovación aplicada a la venta**

Conceptos y distinciones. Creatividad: generación de ideas. Proceso creativo. Condiciones para el desarrollo de la creatividad. Barreras y técnicas. Innovación: proceso de implementación y resolución de problemas. Cadena de valor. Co-creación de valor agregado con el Alumno.

#### **Gestión de reclamos y resolución de conflictos**

Modelos mentales y conflicto. Componentes y niveles del conflicto. Conflictos funcionales y disfuncionales. Análisis y resolución del conflicto. Pasos para realizar un abordaje efectivo de los reclamos. Tipos y técnicas de abordaje. Obstáculos y facilitadores.

#### **Negociación – Logro de Acuerdos**

Definición. Importancia y fundamentos. Negociación. Fases. Problemas – intereses – posiciones. Resolución de conflictos operativos. Calibrar y acompasar. Identificar y evaluar las necesidades del Alumno para resolver las objeciones. Argumentación y descripciones sensoriales. MAPAN. Logro de acuerdos: Ganar – Ganar. Estrategias de negociación: facilitar, espacio de aprendizaje.

#### **Valores como pilar para el relacionamiento**

Honestidad, profesionalismo, trabajo en equipo, innovación, don de servicio, respeto, responsabilidad, puntualidad, colaboración, discreción.

#### **Derecho laboral**

Derechos y obligaciones, tipo de ausencias, tipo de despidos, formas de pago, etc. Fuente: Código laboral.

#### **Lenguaje profesional - Tono y dicción**

Cualidades de la voz, dicción, tono, velocidad, modulación de la voz, modismos, oratoria.

#### **Normas de convivencia**

Las normas de convivencia propias del tipo de trabajo a desarrollar. Que está permitido y que no  
Ejercicios a través de Role playing.



**Programa de formación en habilidades de Cobranzas**  
Clases Teórica /Practica/Pasantía

**TEMARIO**

**Introducción a la gestión del cliente.** Que las personas entiendan que el grado de Compromiso con la Organización define su satisfacción y realización profesional con respecto a sus metas personales. Encontrar oportunidades de mejora en los procesos que interactúan las distintas dependencias y que hacen al buen relacionamiento personal entre los funcionarios.

**Clasificación de Clientes**

Autoconocimiento y Reconocimiento del Cliente. Importancia de la calificación del Cliente. Tipos de Clientes. Tipos de personalidades. Características distintivas. Abordaje diferencial. Comunicación y percepción. Estilo de comunicación adecuado: indagación y argumentación efectiva para cada uno.

**Momentos del contacto telefónico en la gestión de mora**

Planificación de la llamada, apertura, abordaje, investigación, manejo de objeciones, administración del requerimiento, cierre, despedida, evaluación de la gestión, feedback y seguimiento de clientes en mora.

**Comunicación eficaz**

La comunicación profesional orientada a la coordinación de acciones. Herramientas y aplicaciones. Importancia de la Escucha Activa, Empatía e Indagación, orientada a la gestión de cobranza telefónica.

**Negociación inicial**

Gestión de cobranza y satisfacción del cliente. Negociación. Fases. Problemas – intereses – posiciones. Clasificación de clientes. Calibrar y acompasar. Indagación y argumentación adecuada a las necesidades de los diferentes clientes.

**Valores como pilar para el relacionamiento**

Honestidad, profesionalismo, trabajo en equipo, innovación, don de servicio, respeto, responsabilidad, puntualidad, colaboración, discreción.

**Derecho laboral**

Derechos y obligaciones, tipo de ausencias, tipo de despidos, formas de pago, etc. Fuente: Código laboral.

**Lenguaje profesional - Tono y dicción**

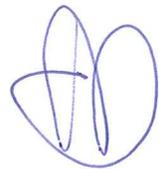
Cualidades de la voz, dicción, tono, velocidad, modulación de la voz, modismos, oratoria.

**Normas de convivencia**

Las normas de convivencia propias del tipo de trabajo a desarrollar. Que está permitido y que no  
Ejercicios a través de Role playing.

**8. CONDICIONES PARA LA REALIZACIÓN DE LA CONSULTORÍA**

- a. **Plazo:** El contrato será por servicios profesionales, por una duración de 6 meses a partir de la fecha de la firma del contrato para la realización de cursos en las especialidades del Call Center.  
Y de tres meses para la realización de curso en la especialidad de Soporte al Usuario y Community Manager



- b. **Lugar de trabajo:** realizará sus actividades en Asunción o Departamento Central.
- c. **Contratante:** Fundación Comunitaria Centro de Información y Recursos para el Desarrollo – CIRD.
- d. **Supervisión:** El/La contractual reportará directamente a la Secretaria Técnica del SINAFOCAL y al Coordinador del Proyecto de la Fundación CIRD, quienes supervisaran el desarrollo de la consultoría.

#### 9. FORMA DE PAGO DE LA CONSULTORÍA

Los pagos serán realizados en forma mensual, previa presentación de los Informes correspondientes, que deberán contar con el Visto Bueno del SINAFOCAL.

La propuesta considerará e incluirá en su oferta económica todos los costos pertinentes a los gastos que incurrirá para el desarrollo de la consultoría por el tiempo que dure la misma.

#### 10. ANTECEDENTES DE LA FIRMA CONSULTORA

La Firma consultora deberá cumplir con los siguientes criterios mínimos:

- 10 años de experiencia en capacitación y desarrollo de los Recursos Humanos
- 10 años de experiencia en búsqueda y selección de Recursos Humanos
- 5 (cinco) antecedentes como formadores en Call Center en proyectos similares.
- Profesionales altamente capacitados

#### 11. DOCUMENTOS RESPADATORIOS

La Firma Consultora deberá presentar una copia de todos los documentos respaldatorios de los antecedentes, listados en la propuesta presentada como experiencia anterior.

Deberá estar al día con sus obligaciones tributarias.

Así como la Escritura de Constitución y otros documentos que solicite la organización contratante.

#### 12. PUBLICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados del concurso serán publicados en la WEB oficial del CIRD ([www.cird.org.py](http://www.cird.org.py)).

