

FICHA-GUIÓN M1-68: PROTOCOLO DE ACERCAMIENTO A RECURSOS HUMANOS

1. PORTADA INSTITUCIONAL

La prospección institucional constituye el motor estratégico de la **Organización de Demanda Habitacional (ODH)**. Al vincularse con empresas líderes, el Organizador ODH VIS no busca ventas aisladas, sino la generación de una demanda colectiva técnicamente preparada. Este enfoque permite que el sistema financiero y los desarrolladores inmobiliarios operen sobre una base de familias precalificadas, reduciendo riesgos y optimizando el acceso a la vivienda protegida bajo los parámetros legales del año 2026.

Datos de Identificación del Material:

- **Número Oficial:** 68
- **Nombre Oficial:** Guion para RRHH
- **Programa:** Certificación en Organización de Demanda Habitacional VIS
- **Perfil:** Organizador de Demanda Habitacional VIS (Organizador ODH VIS)
- **Módulo:** Módulo 5 (Prospección y Generación de Demanda)

Descripción del Logo Institucional: El encabezado está presidido por el logo de **DIVIS**. Consiste en un isotipo circular moderno en dos tonos de azul (cian y azul oscuro) que sugiere una "D" estilizada en proceso de construcción. Debajo, se lee en tipografía gris institucional la palabra "DIVIS" seguida de la leyenda "ORGANIZACIÓN DE DEMANDA HABITACIONAL".

Esta portada establece la formalidad y autoridad técnica necesarias para que el primer contacto corporativo sea percibido como una consultoría de alto impacto.

2. OBJETIVO DEL GUIÓN

El propósito central de este material es proporcionar al **Organizador ODH VIS** la estructura de comunicación necesaria para abrir canales institucionales de alto nivel. El enfoque no es comercial, sino estratégico: posicionar al Organizador como un facilitador de bienestar laboral que ayuda a la empresa a fortalecer el patrimonio de su talento humano.

La meta es proponer charlas informativas y **Diagnósticos de Perfil Habitacional** sin costo para los colaboradores. Al actuar como un puente técnico, el Organizador reduce la

incertidumbre del personal sobre su capacidad de pago y la ruta hacia la vivienda propia, basándose siempre en el Salario Básico Unificado (SBU) vigente de \$482.

Entender este objetivo permite transicionar con seguridad hacia la identificación de los interlocutores clave dentro de la organización.

3. MAPEO DEL PERFIL DEL INTERLOCUTOR

Para una prospección exitosa, es imperativo adaptar el lenguaje técnico según el nivel jerárquico y las prioridades del interlocutor:

- **Gerente de RRHH (Visión Estratégica/Retención):** Prioriza la disminución de la rotación. Valora el programa como un beneficio de largo plazo que ancla al talento mediante la consolidación patrimonial.
- **Jefe de Bienestar (Impacto Social/Clima Laboral):** Busca mejorar la calidad de vida. Valora el acompañamiento humano, la educación financiera gratuita y la reducción del estrés familiar por vivienda.
- **Gerente Administrativo (Eficiencia de Recursos/ROI):** Se enfoca en la productividad. Valora que el programa reduzca el "Presentismo" (colaboradores distraídos por problemas de vivienda o deudas) y que el servicio sea a costo cero para la empresa.
- **Representante de Talento Humano (Operación):** Le preocupa la logística. Necesita asegurar que el proceso sea digital, sencillo y que no sobrecargue la gestión administrativa interna.

Una vez identificado el perfil del interlocutor, el Organizador debe iniciar la fase de inteligencia previa al contacto.

4. FASE DE PREPARACIÓN: ANTES DEL CONTACTO

La inteligencia de negocios es el pilar de una reunión de alto nivel. Nunca se debe contactar a una organización sin personalización previa del mensaje.

Comandos activos de preparación:

1. **Investigar la empresa:** Identificar sector, número de empleados y si la nómina promedio se ajusta a los techos de ingreso familiar VIS/VIP (**máximo \$3,055.88 mensuales**).
2. **Identificar contacto clave:** Utilizar LinkedIn para llegar al tomador de decisiones evitando filtros administrativos.

3. **Preparar mensaje breve:** Estructurar un "pitch" de 30 segundos centrado en "Organización de Demanda" y "Bienestar Laboral".
4. **Definir propuesta de valor:** ¿Por qué esta empresa necesita el modelo DIVIS hoy? (Ej: programas de retención o mejora de clima laboral).

La seguridad obtenida en esta fase de investigación es el combustible necesario para iniciar el contacto omnicanal.

5. PROTOCOLOS DE PRIMER CONTACTO (OMNICANAL)

Llamada Telefónica

"Buen día, ¿podría comunicarme con el área de Bienestar? [...] Hola [Nombre], le saluda [Su Nombre], Organizador de Demanda Habitacional VIS. Presentamos un programa de bienestar que permite a sus colaboradores acceder a un **Diagnóstico de Perfil Habitacional** sin costo para la empresa. ¿Me permite dos minutos para explicarle cómo el SBU de \$482 facilita hoy el acceso a vivienda calificada para su personal?"

WhatsApp (Lenguaje Institucional)

"Estimado/a [Nombre], le saluda [Su Nombre], de Corporación DIVIS. Estamos implementando programas de Organización de Demanda para que el personal de empresas líderes acceda a vivienda propia (VIS/VIP) mediante educación y diagnóstico técnico. Adjunto una propuesta de charla informativa gratuita. Quedo atento a su confirmación para una breve llamada de 5 minutos. Saludos cordiales." (*Nota: Prohibido el uso de emojis excesivos*).

Correo Electrónico

Asunto: Propuesta de Bienestar Habitacional y Evaluación de Capacidad de Pago para [Empresa] **Cuerpo:** Estimado/a [Nombre]: Como Organizadores de Demanda Habitacional VIS, facilitamos el acceso a vivienda protegida mediante el diagnóstico técnico de la nómina. Adjunto el **Brochure General de la Certificación** donde detallamos cómo realizamos evaluaciones de precalificación para sus empleados sin costo, bajo la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (LPDP). ¿Podríamos agendar una breve reunión virtual de 15 minutos para explorar este beneficio para su plan de bienestar 2026?

El éxito en estos canales deriva naturalmente en la ejecución de la reunión presencial o virtual de apertura.

6. GUIÓN DE APERTURA DE REUNIÓN

La reunión debe ser gestionada como un espacio de consultoría técnica, no como una visita de ventas:

"Muchas gracias por el espacio, [Nombre]. He validado el tiempo de 20 minutos para ser eficientes. Mi objetivo es presentarle cómo el modelo de Organización de Demanda Habitacional puede complementar su plan de bienestar, ayudando a sus colaboradores a entender su realidad frente al acceso a vivienda de interés social, basándonos en los parámetros técnicos vigentes en Ecuador para este 2026."

Esta apertura establece el marco técnico necesario para explicar la profundidad estratégica del modelo DIVIS.

7. EL MODELO DIVIS: SÍNTESIS ESTRATÉGICA

DIVIS es el articulador técnico que orienta, organiza y acompaña a las familias en la obtención de vivienda protegida. El modelo transforma el interés individual disperso en una demanda organizada y calificada para el sistema financiero.

Parámetros Técnicos Críticos (SBU 2026: \$482):

- **Vivienda VIS:** Hasta 178 SBU (**\$85,796**).
- **Vivienda VIP:** De 178.01 a 229 SBU (**\$110,378**).
- **Ingreso Familiar Máximo:** Hasta 6.34 SBU (**\$3,055.88**).

Regla de Oro: DIVIS **no es un banco ni una constructora**. Somos el puente técnico. Orientamos sobre la elegibilidad, pero la aprobación final del crédito depende exclusivamente de la entidad financiera.

Vincular estos datos técnicos con los beneficios corporativos permite cerrar la brecha de interés de la organización.

8. PROPUESTA DE VALOR PARA LA EMPRESA

Pilar de Valor	Impacto para la Organización
Retención de Talento	El acceso a patrimonio familiar reduce la rotación y aumenta el sentido de pertenencia.

Productividad	Mitiga el presentismo al reducir la preocupación del empleado por su situación habitacional.
Educación Financiera	El personal aprende a mejorar sus hábitos financieros y comportamiento de pago sin costo.
Diagnóstico Técnico	Uso de la herramienta PIC (Precalificación Inicial) para identificar quiénes califican hoy y quiénes requieren la Ruta CRC.
Confidencialidad	Garantía total de manejo de datos sensibles bajo la LPDP; la empresa no recibe datos privados, solo estadísticas de impacto.

La propuesta de valor se tangibiliza a través del catálogo de actividades que el Organizador pone a disposición de la empresa.

9. CATÁLOGO DE ACTIVIDADES DISPONIBLES

1. **Charla Informativa:** Sesión de sensibilización sobre el ecosistema VIS/VIP, tasas preferenciales (4.88%) y beneficios estatales.
2. **Punto de Información:** Stand físico en las instalaciones para atención personalizada y resolución de dudas técnicas.
3. **Diagnóstico Digital:** Acceso masivo al formulario PIC para que cada empleado obtenga su evaluación de perfil habitacional de forma privada y autogestionada.

Anticipar las dudas del interlocutor sobre estas actividades es clave para mantener el control de la reunión.

10. MATRIZ DE MANEJO DE OBJECIONES INSTITUCIONALES

Objeción	Respuesta del Organizador ODH VIS
"No queremos ventas internas."	"Precisamente, nuestra labor es de diagnóstico y orientación social. Somos articuladores de demanda, no vendedores inmobiliarios."
"No tenemos tiempo para charlas."	"Entiendo. Podemos implementar el diagnóstico digital autogestionado . Solo requerimos su apoyo para difundir el link interno a los colaboradores."

"Nuestras políticas de datos son estrictas."	"Cumplimos rigurosamente con la LPDP. DIVIS orienta, pero el titular entrega sus datos voluntaria y directamente en la plataforma segura."
"Los sueldos de mi personal son bajos."	"El programa está diseñado desde el SBU de 482** . Además, orientamos sobre el **Bono MIDUVI de ~4,338 , diseñado justamente para familias con menores ingresos."
"No queremos ser garantes."	"La empresa no asume ninguna responsabilidad financiera. El proceso es estrictamente entre el colaborador, la entidad financiera y DIVIS."

El manejo efectivo de objeciones debe conducir siempre a la definición de un compromiso concreto de cierre.

11. CIERRE Y DEFINICIÓN DE PRÓXIMO PASO

Toda reunión institucional debe concluir con una fecha o acción establecida:

"Para avanzar en este beneficio, [Nombre], ¿le parece bien si agendamos la charla informativa inicial para la próxima semana o prefiere que le envíe primero las piezas gráficas de difusión interna para su validación? Mi objetivo es que sus colaboradores inicien su diagnóstico lo antes posible."

Tras la reunión, el seguimiento estratégico asegura que el compromiso se transforme en una implementación real.

12. MENSAJE DE SEGUIMIENTO ESTRATÉGICO

(Enviar 24 horas después del contacto)

"Estimado/a [Nombre], fue un gusto saludarle. Adjunto envío el **Brochure General de la Certificación** y el resumen de los acuerdos para la implementación del programa de bienestar habitacional en [Nombre de la Empresa]. Quedo atento a la confirmación de la fecha para el Diagnóstico Digital del personal. Saludos cordiales, [Su Nombre], Organizador de Demanda Habitacional VIS."

13. ALERTAS ÉTICAS Y PROTECCIÓN DE DATOS

Reglas de oro del Organizador ODH VIS en el entorno corporativo:

- **Prohibiciones Estrictas:**
 - **NO** solicitar bases de datos a RRHH (el colaborador entrega sus datos voluntariamente).
 - **NO** prometer créditos, bonos o viviendas. La entidad financiera decide.
 - **NO** usar terminología médica: prohibido "médico financiero", "sanar score" o "limpiar buró". Use "**Mejorar hábitos financieros**" u "**Ordenar comportamiento de pago**".
- **Obligaciones:**
 - **SIEMPRE** aclarar que DIVIS es un articulador técnico, no un banco.
 - **SIEMPRE** usar el título oficial: **Organizador de Demanda Habitacional VIS**.
 - **SIEMPRE** garantizar el consentimiento informado bajo la LPDP para el tratamiento de datos.