



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE
Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo



euroformac

PLAN DE FORMACIÓN PERMANENTE 2025–2028

Sistema Nacional de Empleo · SNE

Prospección empresarial avanzada y captación de ofertas de empleo en la era de la triple transición

Duración total	Modalidad	Período
60 horas 15 h AV + 45 h teleformación	Teleformación Mixta Síncrono + Teleformación asincrónica	01/10 – 10/11/2026 41 días · 6 unidades didácticas · 2 grupos · 6 sesiones de AV (1 por unidad)

⚠ *Nota sobre horas de AV: La programación solicitó 16 h de AV en 6 sesiones. Con el límite de 2,5 h por sesión (fijado para todos los cursos según carga de contenido de la unidad), el máximo alcanzable con 6 sesiones es $6 \times 2,5 \text{ h} = 15 \text{ h}$. Se han programado las 6 sesiones al máximo de 2,5 h (15 h de AV en total); si se desea alcanzar las 16 h exactas, la alternativa es añadir una 7ª sesión breve (como se ha hecho en el curso de Emprendimiento), dividiendo la Unidad 6 en dos sesiones. Quedamos a la espera de confirmación sobre esta opción.*

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar en los técnicos/as de prospección e intermediación del SNE las competencias avanzadas necesarias para convertir la prospección empresarial en una función estratégica del Servicio Público de Empleo: desde el análisis del impacto de la triple transición en el tejido productivo del territorio y la aplicación de técnicas avanzadas de identificación y acercamiento a empresas hasta la gestión rigurosa de ofertas —incluyendo la detección de discriminación encubierta— el uso productivo y ético de herramientas digitales e inteligencia artificial, y el diseño de un plan de prospección territorial que transforme los contactos puntuales en relaciones de colaboración empresarial sostenidas.

Área de Competencia: AC03 — Prospección empresarial

Destinatarios: Intermediadores/as con empresas del SNE · Técnicos/as de prospección empresarial · Orientadores/as laborales con funciones de captación de ofertas, prospección e intermediación laboral.

Estructura de la acción formativa

Unidad 1 — La triple transición y su impacto en el tejido empresarial y la demanda de empleo (8 h)

Unidad 2 — El rol de la prospección empresarial del SNE: funciones, competencias y posicionamiento (8 h)

Unidad 3 — Técnicas avanzadas de prospección: identificación, segmentación y acercamiento a empresas (10 h)

Unidad 4 — Captación y gestión de ofertas de empleo: de la demanda empresarial al match con candidatos (9 h)

Unidad 5 — Herramientas digitales e inteligencia artificial aplicadas a la prospección empresarial (9 h)

Unidad 6 — De la oferta puntual a la colaboración sostenida: fidelización empresarial y plan de prospección territorial (16 h)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE

Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

euroformac

UNIDAD 1 — del 01/10/2026 al 07/10/2026**La triple transición y su impacto en el tejido empresarial y la demanda de empleo**

8 h totales · 5.5 h teleformación · 2.5 h Aula Virtual · 7 días (01/10–07/10)

OBJETIVO APLICADO AL PUESTO DE TRABAJO

Analizar el impacto de la triple transición en el tejido empresarial del territorio para anticipar las necesidades de empleo emergentes y posicionar al prospector del SNE como interlocutor de valor ante las empresas que están en proceso de transformación.

Contenidos clave

- Qué es la triple transición: digital, ecológica y demográfica, y su impacto diferencial por sector productivo
- Sectores emergentes y en declive: análisis por territorio y ocupación
- Empleos verdes y nuevos perfiles tecnológicos más demandados por las empresas
- Implicaciones para la prospección: cómo anticiparse a las necesidades de las empresas

COMPETENCIAS COGNITIVAS · SABER	COMPETENCIAS PROCEDIMENTALES · SABER HACER	COMPETENCIAS ACTITUDINALES · SABER SER
• Comprender el impacto diferencial de la triple transición en los distintos sectores productivos del territorio. • Identificar los perfiles de empleos emergentes (verdes, digitales, de cuidados) que la triple transición está generando.	• Analizar el tejido empresarial del territorio propio a través del prisma de la triple transición. • Incorporar el análisis de la triple transición como argumento de valor en el primer contacto con empresas.	• Adoptar una actitud prospectiva y proactiva ante los cambios del mercado de trabajo. • Comprometerse con la actualización continua sobre tendencias del mercado laboral.

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD**Modalidad:**

Teleformación blended (teleformación asíncrona + aula virtual síncrona)

Componentes formativos:

- Teleformación asíncrona (5,5 h): módulos sobre triple transición, sectores emergentes, empleos verdes y perfiles tecnológicos más demandados.
- Aula virtual síncrona (Sesión 1, 2,5 h): la triple transición y el nuevo mapa de oportunidades de empleo para el prospector/a.
- Sesión 1 bis en diferido para el Grupo 2 (07/10/2026). 1 foro de dinamización: análisis del impacto de la triple transición en el territorio propio.

Principios pedagógicos aplicados en esta unidad:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE
Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo



euroformac

- Perspectiva territorial: la triple transición se trabaja siempre en relación con el tejido empresarial del territorio de cada participante.
- Anticipación: se incorpora el análisis prospectivo del mercado como competencia del prospector/a.
- Valor añadido del SNE: los contenidos se trabajan desde la perspectiva de cómo mejora el posicionamiento del SNE ante las empresas.

Metodología de las aulas virtuales:

- El/la experto/a presenta el mapa de impacto de la triple transición por sector con datos actualizados del Observatorio SNE; el alumnado identifica en tiempo real los tres sectores más afectados en su territorio.
- Se trabaja en grupos breakout el diseño de un argumentario para el primer contacto con una empresa en proceso de transición verde o digital.
- Cierre con una ficha de análisis de la triple transición por sector.

Metodología de los foros de dinamización:

- Foro único — Triple transición en mi territorio: el equipo de dinamización propone al alumnado que identifique una empresa de su territorio en proceso de transformación por la triple transición; cada participante describe qué está cambiando y qué perfiles de empleo está generando; el tutor/a sintetiza las oportunidades de prospección identificadas.

Aulas virtuales síncronas

Sesión	Fecha / Grupo	Tema	Experto/a y perfil
S1 — G1	05/10/2026 (lun) · 12:30–15:00 h	La triple transición y el nuevo mapa de oportunidades de empleo: claves para el prospector/a	Experto/a en mercado de trabajo y tendencias de la triple transición
S1 — G2	06/10/2026 (mié) · 12:30–15:00 h	La triple transición y el nuevo mapa de oportunidades (bis Grupo 2)	Experto/a en mercado de trabajo y tendencias de la triple transición

Cada sesión se imparte en dos convocatorias (Grupo 1 y Grupo 2). Cada participante asiste únicamente a una. Las horas de aula virtual computan por participante, no por evento.

Foros de dinamización: 1 foro de debate y reflexión colaborativa

Evaluación: Test final de 20 preguntas tipo test · 75% de progreso en contenidos de teleformación · 65% de asistencia a aulas virtuales



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE

Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

euroformac

UNIDAD 2 — del 08/10/2026 al 14/10/2026**El rol de la prospección empresarial del SNE: funciones, competencias y posicionamiento**

8 h totales · 5.5 h teleformación · 2.5 h Aula Virtual · 7 días (08/10–14/10)

OBJETIVO APLICADO AL PUESTO DE TRABAJO

Definir con claridad el rol estratégico del prospector/a del SNE —diferenciándolo de la captación de oferta puntual— y desarrollar las competencias de posicionamiento, ética profesional y gestión de expectativas necesarias para construir relaciones duraderas con las empresas.

Contenidos clave

- La prospección como función estratégica de los servicios públicos de empleo: impacto en la intermediación
- Diferencias entre captación de oferta puntual, intermediación y asesoramiento empresarial: el valor añadido del SNE
- Ética de la prospección: confidencialidad, gestión de expectativas y límites de la intervención
- Competencias clave del prospector/a del SNE: técnicas relacionales y de análisis del mercado

COMPETENCIAS COGNITIVAS · SABER	COMPETENCIAS PROCEDIMENTALES · SABER HACER	COMPETENCIAS ACTITUDINALES · SABER SER
• Comprender el rol estratégico del prospector/a del SNE y las diferencias entre captación de oferta, intermediación y asesoramiento empresarial. • Identificar las competencias técnicas, relacionales y analíticas que definen un prospector/a de alto rendimiento.	• Presentarse ante las empresas con un posicionamiento claro como asesor/a de empleo del SNE. Aplicar los principios de ética de la prospección en situaciones concretas.	• Asumir el rol de prospector/a como función estratégica y no burocrática. • Actuar con integridad en todas las interacciones con empresas.

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD**Modalidad:**

Teleformación blended (teleformación asíncrona + aula virtual síncrona)

Componentes formativos:

- Teleformación asíncrona (5,5 h): módulos sobre el rol del prospector/a, diferencias entre funciones de intermediación y competencias clave.
- Aula virtual síncrona (Sesión 2, 2,5 h): el rol estratégico del prospector/a del SNE: competencias, posicionamiento y ética.
- Sesión 2 bis en diferido para el Grupo 2 (14/10/2026). 1 foro de dinamización: reflexión sobre el rol y las competencias propias como prospector/a.

Principios pedagógicos aplicados en esta unidad:

GOBIERNO
DE ESPAÑAMINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIALRed COE
Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

euroformac

- Identidad profesional: se trabaja explícitamente la construcción de la identidad del prospector/a del SNE como interlocución estratégica.
- Ética: los principios éticos de la prospección se trabajan con casos reales, no como código abstracto.
- Autodiagnóstico: el foro invita al alumnado a identificar sus propias fortalezas y áreas de mejora.

Metodología de las aulas virtuales:

- El/la experto/a plantea tres situaciones de contacto con empresas y el alumnado vota en tiempo real cómo respondería; los resultados dan pie al debate sobre el rol del prospector/a.
- Se trabaja en directo la construcción del mensaje de posicionamiento del SNE ante las empresas.
- Cierre con un ejercicio de autodiagnóstico de competencias del prospector/a.

Metodología de los foros de dinamización:

- Foro único — Rol y competencias: el equipo de dinamización presenta un caso en el que el prospector/a recibe una oferta con requisitos discriminatorios encubiertos; el alumnado debate cómo respondería ante la empresa; el tutor/a cierra con el protocolo de actuación del SNE.

Aulas virtuales síncronas

Sesión	Fecha / Grupo	Tema	Experto/a y perfil
S2 — G1	13/10/2026 (mar) · 12:30–15:00 h	El rol estratégico del prospector/a del SNE: competencias, posicionamiento y ética de la prospección	Experto/a en intermediación laboral y prospección empresarial avanzada
S2 — G2	14/10/2026 (mié) · 12:30–15:00 h	El rol estratégico del prospector/a del SNE (bis Grupo 2)	Experto/a en intermediación laboral y prospección empresarial avanzada

Cada sesión se imparte en dos convocatorias (Grupo 1 y Grupo 2). Cada participante asiste únicamente a una. Las horas de aula virtual computan por participante, no por evento.

Foros de dinamización: 1 foro de debate y reflexión colaborativa

Evaluación: Test final de 20 preguntas tipo test · 75% de progreso en contenidos de teleformación · 65% de asistencia a aulas virtuales



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE

Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

euroformac

UNIDAD 3 — del 15/10/2026 al 22/10/2026**Técnicas avanzadas de prospección: identificación, segmentación y acercamiento a empresas**

10 h totales · 7.5 h teleformación · 2.5 h Aula Virtual · 8 días (15/10–22/10)

OBJETIVO APLICADO AL PUESTO DE TRABAJO

Aplicar técnicas avanzadas de identificación, segmentación y primer acercamiento a empresas, incluyendo la visita empresarial, la llamada en frío, el manejo de objeciones y el seguimiento posterior al primer contacto.

Contenidos clave

- Fuentes de información empresarial: SABI, CNAE, Cámaras de Comercio, registros mercantiles
- Segmentación del tejido empresarial por sector, tamaño, necesidades de empleo y afinidad con el SNE
- La llamada en frío y el correo de presentación: estructura, redacción y criterios de eficacia
- La visita empresarial: preparación, conducción y cierre · Técnicas de manejo de objeciones
- El seguimiento después del primer contacto: frecuencia, canales y criterios de persistencia

COMPETENCIAS COGNITIVAS · SABER	COMPETENCIAS PROCEDIMENTALES · SABER HACER	COMPETENCIAS ACTITUDINALES · SABER SER
• Conocer las principales fuentes de información empresarial y los criterios de segmentación del tejido empresarial. • Identificar las técnicas de acercamiento a empresas (llamada en frío, correo, visita) y sus criterios de eficacia.	• Segmentar el tejido empresarial del propio territorio utilizando fuentes de información y criterios de priorización. • Preparar y conducir visitas empresariales aplicando técnicas de apertura, detección de necesidades y manejo de objeciones.	• Gestionar el rechazo en la prospección con resiliencia profesional, reconociendo que la persistencia es una competencia, no un defecto. • Preparar cada visita empresarial con el nivel de análisis y personalización que la empresa merece.

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD**Modalidad:**

Teleformación blended con mayor peso síncrono (1 aula virtual consolidada + teleformación asíncrona)

Componentes formativos:

- Teleformación asíncrona (7,5 h): módulos sobre fuentes de información empresarial, segmentación y técnicas de acercamiento.
- Aula virtual síncrona (Sesión 3, 2,5 h): sesión que integra la simulación de visita empresarial con el taller de segmentación avanzada del tejido empresarial.
- Sesión 3 bis en diferido para el Grupo 2 (22/10/2026). 1 foro de dinamización: práctica de llamada en frío y redacción de correo de presentación.
- Nota de consolidación: en la programación anterior esta unidad se impartía en 2 sesiones síncronas (visita empresarial; segmentación avanzada); ambos bloques se han unificado en una sola sesión ampliada de 2,5 h.

GOBIERNO
DE ESPAÑAMINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIALRed COE
Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

euroformac

Principios pedagógicos aplicados en esta unidad:

- Aprendizaje experiencial: la sesión prioriza la simulación y el role-play sobre la exposición teórica.
- Feedback entre pares: las simulaciones de visita y llamada en frío se evalúan colectivamente con criterios compartidos.
- Contextualización territorial: la segmentación se practica con el tejido empresarial real del territorio de cada participante.

Metodología de las aulas virtuales:

- Bloque 1 — Visita empresarial: el/la experto/a simula una visita empresarial completa (apertura, presentación del SNE, detección de necesidades, objeción y cierre); el alumnado observa con guía de indicadores y practica en parejas en salas breakout.
- Bloque 2 — Segmentación avanzada: taller práctico de segmentación con datos reales de SABI y CNAE; el alumnado construye en grupos una matriz de priorización de empresas para su territorio y diseña el plan de contactos de las próximas dos semanas.

Metodología de los foros de dinamización:

- Foro único — Llamada en frío y correo de presentación: el equipo de dinamización propone al alumnado que redacte un correo de presentación del SNE para una empresa específica de su territorio; los participantes intercambian sus borradores y se evalúan mutuamente; el tutor/a sintetiza los criterios de redacción más efectivos.

Aulas virtuales síncronas

Sesión	Fecha / Grupo	Tema	Experto/a y perfil
S3 — G1	19/10/2026 (lun) · 12:30–15:00 h	Sesión integradora: simulación de visita empresarial + taller de segmentación avanzada del tejido empresarial	Especialista en prospección empresarial y técnicas de intermediación avanzada
S3 — G2	22/10/2026 (jue) · 12:30–15:00 h	Sesión integradora (bis Grupo 2)	Especialista en prospección empresarial y técnicas de intermediación avanzada

Cada sesión se imparte en dos convocatorias (Grupo 1 y Grupo 2). Cada participante asiste únicamente a una. Las horas de aula virtual computan por participante, no por evento.

Foros de dinamización: 1 foro de debate y reflexión colaborativa

Evaluación: Test final de 20 preguntas tipo test · 75% de progreso en contenidos de teleformación · 65% de asistencia a aulas virtuales

GOBIERNO
DE ESPAÑAMINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL

Red COE

Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

euroformac

UNIDAD 4 — del 23/10/2026 al 29/10/2026**Captación y gestión de ofertas de empleo: de la demanda empresarial al match con candidatos**

9 h totales · 6.5 h teleformación · 2.5 h Aula Virtual · 7 días (23/10–29/10)

OBJETIVO APLICADO AL PUESTO DE TRABAJO

Gestionar el proceso completo de captación y validación de ofertas de empleo —desde la recogida hasta el match con candidatos— aplicando criterios de ajuste de requisitos, detección de discriminación encubierta y negociación con la empresa.

Contenidos clave

- Recogida y validación de la oferta: criterios para distinguir requisitos ajustados de requisitos inflados
- Gestión de ofertas con discriminación encubierta: identificación, protocolo de actuación y registro
- Negociación con la empresa: argumentos para el ajuste de requisitos y la ampliación del perfil
- Incentivos a la contratación: bonificaciones y subvenciones aplicables por perfil y colectivo

COMPETENCIAS COGNITIVAS · SABER

- Identificar los criterios que distinguen los requisitos ajustados a las necesidades reales de la empresa de los requisitos inflados o discriminatorios.
- Conocer los incentivos a la contratación aplicables por perfil de candidato y colectivo prioritario.

COMPETENCIAS PROCEDIMENTALES · SABER HACER

- Validar las ofertas de empleo recibidas identificando requisitos inflados o discriminatorios y negociando su ajuste con la empresa.
- Aplicar los incentivos a la contratación como argumento en la negociación con empresas.

COMPETENCIAS ACTITUDINALES · SABER SER

- Asumir la responsabilidad de no registrar ofertas con discriminación encubierta, actuando con firmeza ante la empresa y con transparencia en el registro.
- Negociar el ajuste de requisitos desde una posición de valor añadido, no de confrontación.

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD**Modalidad:**

Teleformación blended (teleformación asíncrona + aula virtual síncrona)

Componentes formativos:

- Teleformación asíncrona (6,5 h): módulos sobre validación de ofertas, discriminación encubierta, negociación e incentivos a la contratación.
- Aula virtual síncrona (Sesión 4, 2,5 h): captación, preselección y negociación con empresas en casos prácticos.
- Sesión 4 bis en diferido para el Grupo 2 (27/10/2026). 1 foro de dinamización: análisis de ofertas con requisitos problemáticos y estrategia de negociación.
- Nota: los días 07/12 (puente) y 08/12 (Inmaculada) son festivos; no se programa AV en esas fechas.

GOBIERNO
DE ESPAÑAMINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIALRed COE
Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

euroformac

Principios pedagógicos aplicados en esta unidad:

- Aprendizaje activo: los casos prácticos de captación y negociación se trabajan en tiempo real en la sesión de AV. Ética de la intermediación: la discriminación encubierta se trabaja como obligación profesional de detección y actuación, no como situación excepcional.
- Valor añadido: los incentivos a la contratación se trabajan como herramienta de negociación.

Metodología de las aulas virtuales:

- La experta presenta tres ofertas de empleo (simuladas): una con requisitos ajustados, una con requisitos inflados y una con discriminación encubierta; el alumnado identifica en tiempo real el tipo de oferta y debate la estrategia de respuesta ante la empresa.
- Se practica en directo la negociación del ajuste de requisitos: el alumnado elabora el argumentario para cada caso y simula en parejas la llamada de negociación.
- Cierre con una ficha de incentivos a la contratación por colectivo.

Metodología de los foros de dinamización:

- Foro único — Ofertas problemáticas: el equipo de dinamización presenta una oferta de empleo real (anonimizada) con varios problemas (requisito de edad implícito, experiencia mínima desproporcionada y salario por debajo de convenio); el alumnado identifica cada problema y debate si registraría la oferta; el tutor/a cierra con el protocolo de actuación del SNE.

Aulas virtuales síncronas

Sesión	Fecha / Grupo	Tema	Experto/a y perfil
S4 — G1	23/10/2026 (vie) · 12:30–15:00 h	De la oferta al match: casos prácticos de captación, preselección y negociación con empresas	Especialista en captación y gestión de ofertas de empleo
S4 — G2	27/10/2026 (mar) · 12:30–15:00 h	De la oferta al match: captación, preselección y negociación (bis Grupo 2)	Especialista en captación y gestión de ofertas de empleo

Cada sesión se imparte en dos convocatorias (Grupo 1 y Grupo 2). Cada participante asiste únicamente a una. Las horas de aula virtual computan por participante, no por evento.

Foros de dinamización: 1 foro de debate y reflexión colaborativa

Evaluación: Test final de 20 preguntas tipo test · 75% de progreso en contenidos de teleformación · 65% de asistencia a aulas virtuales



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE
Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo



euroformac

UNIDAD 5 — del 30/10/2026 al 04/11/2026

Herramientas digitales e inteligencia artificial aplicadas a la prospección empresarial

9 h totales · 6.5 h teleformación · 2.5 h Aula Virtual · 6 días (30/10–04/11)

OBJETIVO APLICADO AL PUESTO DE TRABAJO

Utilizar LinkedIn, herramientas de CRM adaptadas a servicios públicos de empleo e inteligencia artificial generativa como recursos de productividad en la prospección empresarial, aplicando criterios de seguridad y ética en su uso.

Contenidos clave

- LinkedIn como herramienta de prospección: búsqueda de empresas, contacto con RRHH y gestión de la presencia del SNE
- Uso de la IA generativa en la prospección: redacción de correos, análisis de sectores y preparación de visitas
- Herramientas de CRM adaptadas a servicios públicos de empleo: gestión de contactos y seguimiento
- Seguridad y ética en el uso de herramientas digitales: protección de datos y límites del uso de IA

COMPETENCIAS COGNITIVAS · SABER

- Conocer las posibilidades de LinkedIn, la IA generativa y las herramientas de CRM para la prospección empresarial.
- Comprender los riesgos de privacidad y protección de datos en el uso de herramientas digitales en la prospección.

COMPETENCIAS PROCEDIMENTALES · SABER HACER

- Utilizar LinkedIn para identificar empresas objetivo, localizar contactos de RRHH y gestionar la presencia del SNE. Aplicar la IA generativa para preparar correos de prospección personalizados y argumentarios de visita, con criterios de verificación.

COMPETENCIAS ACTITUDINALES · SABER SER

- Adoptar las herramientas digitales con criterio profesional, incorporándolas cuando mejoran la productividad sin sustituir el juicio profesional.
- Mantenerse actualizado/a sobre las posibilidades y los límites de la IA en la prospección.

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD

Modalidad:

Teleformación blended con mayor peso síncrono (1 aula virtual consolidada + teleformación asíncrona)

Componentes formativos:

- Teleformación asíncrona (6,5 h): módulos sobre LinkedIn para prospección, IA generativa aplicada, CRM para SPE y seguridad digital.
- Aula virtual síncrona (Sesión 5, 2,5 h): sesión que integra el taller práctico de LinkedIn con el taller de IA aplicada a la prospección.
- Sesión 5 bis en diferido para el Grupo 2 (03/11/2026). 2 foros de dinamización: práctica de LinkedIn e IA para la prospección.
- Nota de consolidación: en la programación anterior esta unidad se impartía en 2 sesiones síncronas (LinkedIn; IA); ambos talleres se han unificado en una sola sesión ampliada de 2,5 h.
- La unidad comienza justo tras el puente del 7-8/12.



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE

Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

euroformac

Principios pedagógicos aplicados en esta unidad:

- Aprendizaje práctico: la sesión es un taller en el que el alumnado practica con las herramientas en tiempo real.
- Criterio profesional: se trabaja explícitamente cuándo usar y cuándo no usar cada herramienta.
- Ética y seguridad: el uso de IA y datos empresariales se trabaja con criterios de protección de datos y límites del uso en servicios públicos.

Metodología de las aulas virtuales:

- Bloque 1 — LinkedIn: taller práctico en el que el alumnado busca tres empresas objetivo en LinkedIn, localiza el contacto de RRHH y redacta un mensaje de presentación del SNE; los mensajes se comparten y evalúan colectivamente.
- Bloque 2 — IA en la prospección: el alumnado practica en tiempo real el uso de IA generativa para analizar un sector empresarial, redactar un correo de prospección y preparar un argumentario de visita; se debate la verificación de la información generada y los límites del uso de IA en un servicio público.

Metodología de los foros de dinamización:

- Foro 1 — LinkedIn para la prospección: el equipo de dinamización propone al alumnado que realice una búsqueda real en LinkedIn de empresas objetivo en su territorio; el tutor/a elabora un repertorio de buenas prácticas.
- Foro 2 — IA en la prospección: cada participante comparte un caso de uso de IA generativa en la prospección, valorando qué funcionó bien y qué limitaciones encontró; el tutor/a sintetiza los usos con mayor valor añadido y los criterios éticos no negociables.

Aulas virtuales síncronas

Sesión	Fecha / Grupo	Tema	Experto/a y perfil
S5 — G1	30/10/2026 (vie) · 12:30–15:00 h	Sesión integradora — taller práctico: LinkedIn para la prospección + IA y análisis de datos aplicados a la prospección	Especialista en herramientas digitales e inteligencia artificial para empleo
S5 — G2	03/11/2026 (mar) · 12:30–15:00 h	Sesión integradora — taller práctico (bis Grupo 2)	Especialista en herramientas digitales e inteligencia artificial para empleo

Cada sesión se imparte en dos convocatorias (Grupo 1 y Grupo 2). Cada participante asiste únicamente a una. Las horas de aula virtual computan por participante, no por evento.

Foros de dinamización: 2 foros de debate y reflexión colaborativa

Evaluación: Test final de 20 preguntas tipo test · 75% de progreso en contenidos de teleformación · 65% de asistencia a aulas virtuales



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE

Centros de Orientación,
Emprendimiento, Acompañamiento
e Innovación para el Empleo

euroformac

UNIDAD 6 — del 05/11/2026 al 10/11/2026**De la oferta puntual a la colaboración sostenida: fidelización empresarial y plan de prospección territorial**

16 h totales · 13.5 h teleformación · 2.5 h Aula Virtual · 6 días (05/11–10/11)

OBJETIVO APLICADO AL PUESTO DE TRABAJO

Diseñar y aplicar un plan de prospección territorial que transforme los contactos puntuales en colaboraciones sostenidas, articulando la fidelización empresarial, el asesoramiento en bonificaciones y la coordinación con los agentes del territorio.

Contenidos clave

- Construir relaciones a largo plazo con el tejido productivo local: principios de fidelización empresarial
- Asesoramiento a empresas en bonificaciones, subvenciones y apoyo al empleo: el SNE como asesor estratégico
- El plan de prospección territorial: diagnóstico, objetivos, acciones, indicadores y seguimiento
- Coordinación con agentes del territorio: ADL, asociaciones empresariales, polígonos industriales

COMPETENCIAS COGNITIVAS · SABER**COMPETENCIAS PROCEDIMENTALES · SABER HACER****COMPETENCIAS ACTITUDINALES · SABER SER**

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Conocer los principios de fidelización empresarial aplicables a los servicios públicos de empleo, y las diferencias entre una relación de captación puntual y una colaboración estratégica sostenida. • Comprender la estructura de un plan de prospección territorial. | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un plan de prospección territorial para la oficina de empleo propia, integrando el diagnóstico del tejido empresarial, los objetivos de intermediación y los indicadores de seguimiento. • Implementar estrategias de fidelización empresarial. • Coordinar el plan con los agentes del territorio. | <ul style="list-style-type: none"> • Asumir la fidelización empresarial como inversión estratégica a largo plazo, reconociendo que el valor de una relación sostenida supera ampliamente el de múltiples contactos puntuales. • Comprometerse con la coordinación territorial, reconociendo que la prospección eficaz requiere trabajo en red. |
|--|---|--|

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD**Modalidad:**

Teleformación blended con máximo peso síncrono (1 aula virtual consolidada + teleformación asíncrona)

Componentes formativos:

- Teleformación asíncrona (13,5 h): módulos sobre fidelización empresarial, asesoramiento en bonificaciones, plan de prospección territorial y coordinación con agentes.
- Aula virtual síncrona (Sesión 6, 2,5 h): sesión que integra fidelización empresarial, coordinación territorial y la actividad integradora de diseño de un plan de prospección territorial.



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



Red COE

Centros de Orientación, Emprendimiento, Acompañamiento e Innovación para el Empleo



SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

euroformac

- Sesión 6 bis en diferido para el Grupo 2 (10/11/2026). 2 foros de dinamización: reflexión sobre fidelización y elaboración del plan territorial.
- Nota de consolidación: en la programación anterior esta unidad se impartía en 3 sesiones síncronas (fidelización empresarial; coordinación territorial; plan integrador); las 3 se han unificado en una sola sesión ampliada de 2,5 h.
- Al adelantarse el fin del curso al 20/12, la unidad se completa íntegramente antes del periodo de Navidad.

Principios pedagógicos aplicados en esta unidad:

- Aprendizaje integrador: la sesión integra todos los aprendizajes del curso en el diseño de un plan de prospección territorial directamente transferible al puesto.
- Pensamiento sistémico: el plan de prospección se trabaja en relación con el ecosistema de agentes del territorio.
- Orientación a resultados: los indicadores del plan se trabajan vinculados a objetivos de intermediación reales.

Metodología de las aulas virtuales:

- Bloque 1 — Fidelización empresarial: la experta presenta casos de éxito de SPE que han construido relaciones de colaboración estratégica con empresas del territorio; el alumnado diseña un plan de seguimiento para sus empresas colaboradoras actuales.
- Bloque 2 — Coordinación territorial: la experta presenta el modelo de coordinación con ADL, asociaciones empresariales y polígonos industriales; el alumnado mapea los agentes de su territorio.
- Bloque 3 — Plan territorial integrador: el alumnado trabaja individualmente en el diseño de su plan de prospección territorial (diagnóstico, objetivos, acciones, indicadores, coordinación con agentes); los planes se comparten en grupos y se elabora un modelo de plan transferible.

Metodología de los foros de dinamización:

- Foro 1 — Fidelización empresarial: el equipo de dinamización presenta el caso de una empresa con la que el SNE colaboró puntualmente hace dos años y que no ha vuelto a contactar; el alumnado debate qué estrategia de reactivación usaría; el tutor/a sintetiza los criterios de fidelización empresarial.
- Foro 2 — Plan de prospección: los participantes comparten el diagnóstico del tejido empresarial de su territorio; el alumnado contrasta sus análisis e identifica oportunidades de prospección conjunta; el tutor/a cierra con una síntesis del modelo de plan mínimo viable.

Aulas virtuales síncronas

Sesión	Fecha / Grupo	Tema	Experto/a y perfil
S6 — G1	06/11/2026 (vie) · 12:30–15:00 h	Sesión integradora: fidelización empresarial, coordinación territorial y plan de prospección territorial	Equipo docente del curso
S6 — G2	10/11/2026 (mar) · 12:30–15:00 h	Sesión integradora (bis Grupo 2)	Equipo docente del curso

Cada sesión se imparte en dos convocatorias (Grupo 1 y Grupo 2). Cada participante asiste únicamente a una. Las horas de aula virtual computan por participante, no por evento.

Foros de dinamización: 2 foros de debate y reflexión colaborativa

Evaluación: Test final de 20 preguntas tipo test · 75% de progreso en contenidos de teleformación · 65% de asistencia a aulas virtuales