

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS

Ponencia Prospección Estratégica – 24 febrero 2026

 Programa de inserción laboral



César García

info@dualcon.es



Consultor Formación Profesional
Formación Prospectores/as – Orientadoras/es

Prosector/a = Dinamismo + Metodología
Presentación - Metodología - Herramientas

CONTENIDOS

CONTENIDOS

- 1 ¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS Y POR QUÉ ES CLAVE?
- 2 CAMBIO DE PARADIGMA: DE “BUSCAR TRABAJO” A “SER SOLUCIÓN”
- 3 CLAVES ESTRATÉGICAS DE UNA PROSPECCIÓN EFICAZ
- ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN ADAPTADAS A COLECTIVOS VULNERABLES
- 4
 - Personas en riesgo de exclusión social
 - Personas migrantes
 - Personas desempleadas de larga duración
 - Mayores de 50 años
- HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE PROSPECCIÓN
- 5
 - Para profesionales de orientación
 - 1. Mapa de empresas del territorio (inteligente)
 - 2. Ficha de empresa orientada a necesidades
 - 3. Guiones de contacto por sector
 - 4. CRM sencillo (aunque sea básico)
 - Para personas usuarias
- EL PAPEL CLAVE DE LA PERSONA ORIENTADORA / PROSPECTORA
- 6
 - Rol profesional
 - Relación con la empresa
- ¿CÓMO PUEDE AYUDAR LA IA A LA PROSPECCIÓN?
- 7
 - Preparación de la prospección
 - Personalización del discurso
 - Apoyo al análisis de perfiles
 - Ahorro de tiempo para el/la profesional
 - Búsqueda y análisis de ofertas de empleo
 - Importante: lo que la IA NO sustituye
- 8 CONCLUSIONES Y MENSAJES CLAVE

Empleo e Inserción

¿Qué es la Prospección y por qué es clave?

Conectando talento y necesidades empresariales



Acerca la oferta y la demanda laboral mediante la **colaboración activa** con empresas.



Concepto

Definición de Prospección Empresarial

El pilar fundamental para conectar las necesidades del mercado con el talento disponible.

Es un **proceso planificado** que busca:



Identificación y Análisis

Identificar, contactar y analizar empresas con potencial real de contratación en el territorio.



Generación de Oportunidades

Crear oportunidades de empleo, prácticas o formación alineadas con los perfiles de los participantes.



Puente Conector

Actuar como nexo entre el tejido empresarial y las personas, especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad.



Idea Clave

*La prospección no es solo buscar empresas; es una **estrategia** para crear oportunidades laborales reales.*

Objetivos del Proceso

01



Conocer Necesidades

Identificar las demandas reales del **tejido empresarial** local para alinear la oferta formativa y los perfiles disponibles.

02



Establecer Colaboraciones

Crear **relaciones estables** y de confianza con las empresas, fomentando alianzas duraderas más allá de una contratación puntual.

03



Favorecer Inserción

Facilitar la **integración laboral** de las personas candidatas, actuando como puente efectivo hacia oportunidades de empleo de calidad.

Idea Clave



La prospección de empresas en programas de empleo consiste en acercar la oferta y la demanda laboral mediante la colaboración activa con empresas

Análisis Comparativo

Intermediación Reactiva

VS

Prospección Estratégica

Criterio	Reactiva	Estratégica
Origen	Solicitud o lead no cualificado	Portafolio objetivo priorizado
Horizonte	Corto plazo, oportunista	Medio-largo plazo, cartera
Propiedad	Individual, ad hoc	Equipo, rituales y SLAs
Uso de datos	Mínimo, estático	Datos de mercado, señales
Cadencia	Irregular	Programada, multicanal
Riesgo	Dependencia, imprevisible	Diversificación, previsibilidad
Resultado	Cierre puntual	Pipeline saludable



Funciones de la Prospección



Detectar

Identificar señales de mercado, descubrir cuentas latentes y monitorizar cambios organizativos relevantes.



Anticipar

Prever ventanas presupuestarias, ciclos de compra y preparación para futuras licitaciones.



Construir

Generar relación y confianza sólida con múltiples decisores antes de la necesidad inmediata.



Abrir

Acceder a nuevos sectores, expandir territorios y desbloquear puertas internas en cuentas clave.



Enfoque Contextual: Sevilla

Sectores Económicos Clave

-  Aeroespacial y fabricación avanzada
-  Tecnológico (PCT Cartuja) y servicios B2B
-  Turismo, MICE y servicios urbanos
-  Energías renovables y **construcción**
-  Agroalimentario y logística vinculada al puerto

Temporalidad de la Prospección

Ventanas

Planificación presupuestaria y renovación de contratos anuales.

Ferias y Congresos

Picos de contacto y networking en primavera y otoño.

Institucional

Calendario de licitaciones públicas y cierres fiscales.

Estacionalidad

Ajuste de cadencias por picos de actividad turística.



Pregunta Dinamizadora

01 ¿Qué 3 decisiones tomaríamos hoy para pasar de reactivos a estratégicos?

02 Si en 90 días operamos como un sistema, ¿qué procesos, datos y roles activamos?

03 ¿Qué métricas específicas nos dirán que el sistema funciona (semanal/mensual)?



Idea Clave



*La prospección no es buscar ofertas, es **crear oportunidades***

CONTENIDOS

CONTENIDOS

- 1 ¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS Y POR QUÉ ES CLAVE?
- 2 CAMBIO DE PARADIGMA: DE “BUSCAR TRABAJO” A “SER SOLUCIÓN”
- 3 CLAVES ESTRATÉGICAS DE UNA PROSPECCIÓN EFICAZ
 - ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN ADAPTADAS A COLECTIVOS VULNERABLES
 - Personas en riesgo de exclusión social
 - Personas migrantes
 - Personas desempleadas de larga duración
 - Mayores de 50 años
- 5 HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE PROSPECCIÓN
 - Para profesionales de orientación
 - 1. Mapa de empresas del territorio (inteligente)
 - 2. Ficha de empresa orientada a necesidades
 - 3. Guiones de contacto por sector
 - 4. CRM sencillo (aunque sea básico)
 - Para personas usuarias
- 6 EL PAPEL CLAVE DE LA PERSONA ORIENTADORA / PROSPECTORA
 - Rol profesional
 - Relación con la empresa
- 7 ¿CÓMO PUEDE AYUDAR LA IA A LA PROSPECCIÓN?
 - Preparación de la prospección
 - Personalización del discurso
 - Apoyo al análisis de perfiles
 - Ahorro de tiempo para el/la profesional
 - Búsqueda y análisis de ofertas de empleo
 - Importante: lo que la IA NO sustituye
- 8 CONCLUSIONES Y MENSAJES CLAVE

2.1 El Modelo Tradicional

- › Usuario busca empleo
- › Entidad busca ofertas
- › Empresa publica vacante
- › Intervención reactiva

❗ Resultado: competimos en un Mercado saturado

2.2 El Nuevo Enfoque

- ✗ La empresa no busca personas
- ✓ La empresa busca **soluciones**
- ✓ Rotación elevada – falta de perfiles formados
- ✓ Dificultades de adaptación – previsiones
- ✗ ¿Vacantes? ✓ Soluciones

2.3 ¿Qué es "Ser Solución"?

- ✓ Candidaturas preparadas
- ✓ Acompañamiento técnico
- ✓ Seguimiento post-inserción
- ✓ Mediación frente a incidencias
- ✓ Reducción riesgo empresarial

2.4 Impacto Social

- Reduce prejuicios
- Centra el discurso en capacidades
- Profesionalizar la relación con la empresa
- Posiciona al programa como aliado estratégico



Idea Fuerza

No vendemos perfiles sociales.
Ofrecemos valor añadido al tejido empresarial.

CARRERA DE FONDO



CONTENIDOS

CONTENIDOS

- 1 ¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS Y POR QUÉ ES CLAVE?
- 2 CAMBIO DE PARADIGMA: DE “BUSCAR TRABAJO” A “SER SOLUCIÓN”
- 3 CLAVES ESTRATÉGICAS DE UNA PROSPECCIÓN EFICAZ
- ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN ADAPTADAS A COLECTIVOS VULNERABLES
- 4
 - Personas en riesgo de exclusión social
 - Personas migrantes
 - Personas desempleadas de larga duración
 - Mayores de 50 años
- HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE PROSPECCIÓN
- 5
 - Para profesionales de orientación
 - 1. Mapa de empresas del territorio (inteligente)
 - 2. Ficha de empresa orientada a necesidades
 - 3. Guiones de contacto por sector
 - 4. CRM sencillo (aunque sea básico)
 - Para personas usuarias
- EL PAPEL CLAVE DE LA PERSONA ORIENTADORA / PROSPECTORA
- 6
 - Rol profesional
 - Relación con la empresa
- ¿CÓMO PUEDE AYUDAR LA IA A LA PROSPECCIÓN?
- 7
 - Preparación de la prospección
 - Personalización del discurso
 - Apoyo al análisis de perfiles
 - Ahorro de tiempo para el/la profesional
 - Búsqueda y análisis de ofertas de empleo
 - Importante: lo que la IA NO sustituye
- 8 CONCLUSIONES Y MENSAJES CLAVE

3.1 La prospección eficaz no es improvisada: Un proceso en 5 fases



3.2 Factores Críticos

- ✓ Constancia y método
- ✓ Registro sistemático (CRM)
- ✓ Discurso profesional
- ✓ Orientación a soluciones
- ✓ Trabajo en red



Idea Fuerza

"La prospección eficaz es
**PLANIFICACIÓN + RELACIÓN +
SEGUIMIENTO**"

CONTENIDOS

CONTENIDOS

1 ¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS Y POR QUÉ ES CLAVE?

2 CAMBIO DE PARADIGMA: DE “BUSCAR TRABAJO” A “SER SOLUCIÓN”

3 CLAVES ESTRATÉGICAS DE UNA PROSPECCIÓN EFICAZ

ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN ADAPTADAS A COLECTIVOS VULNERABLES

4 Personas en riesgo de exclusión social
Personas migrantes
Personas desempleadas de larga duración
Mayores de 50 años

HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE PROSPECCIÓN

5 Para profesionales de orientación
1. Mapa de empresas del territorio (inteligente)
2. Ficha de empresa orientada a necesidades
3. Guiones de contacto por sector
4. CRM sencillo (aunque sea básico)
Para personas usuarias

EL PAPEL CLAVE DE LA PERSONA ORIENTADORA / PROSPECTORA

6 Rol profesional
Relación con la empresa

¿CÓMO PUEDE AYUDAR LA IA A LA PROSPECCIÓN?

7 Preparación de la prospección
Personalización del discurso
Apoyo al análisis de perfiles
Ahorro de tiempo para el/la profesional
Búsqueda y análisis de ofertas de empleo
Importante: lo que la IA NO sustituye

8 CONCLUSIONES Y MENSAJES CLAVE

4.1 Barreras habituales

Quando trabajamos con colectivos vulnerables pueden aparecer:

- ✗ Prejuicios o estereotipos
- 👤 Miedo al absentismo
- ❓ Dudas sobre productividad

- 🕒 Desconocimiento de incentivos
- ❗ Experiencias previas negativas



**Ignorarlas no ayuda.
Anticiparlas sí.**

4.2 Estrategias de abordaje profesional

1 Enfoque en competencias, no en etiqueta
No presentar "perfil vulnerable".

Presentar:

- Habilidades
- Experiencia transferible
- Actitudes y Motivación

2 Reducción del Riesgo empresarial

La empresa debe percibir seguridad.
Ofrecer:

- Acompañamiento técnico
- Seguimiento periódico
- Mediación ante conflictos
- Tutoría en periodo inicial

3 Información sobre incentivos

- Bonificaciones
- Programas de apoyo
- Ayudas a la contratación

i Sin que el incentivo sea el único argumento.

4 Selección ajustada y honesta

No forzar inserciones.

- Ajuste real perfil-puesto
- Transparencia total
- Expectativas clara

4.3 Adaptación del discurso según colectivo



Personas Jóvenes

Enfatizar:

Adaptabilidad

Formación reciente

Capacidad digital



Personas Migrantes

Enfatizar:

Experiencia previa

Comp. interculturales

Compromiso



Mayores de 50 años

Enfatizar:

Experiencia

Responsabilidad

Estabilidad



Desempleo de larga duración

Enfatizar:

Motivación
reincorporación
Acompañamiento
técnico

Formación
actualizada



4.4 Posicionamiento estratégico



No somos una ONG que "pide oportunidades"

Somos:



Aliados del tejido empresarial



Reductores de riesgo



Facilitadores de adaptación laboral

IDEA FUERZA FINAL



La vulnerabilidad no se gestiona con protección.



Se gestiona con estrategia profesional.



4.5 Formación y perfiles

Grado	Denominación	Descripción
Grado A	Acreditación parcial de competencia	MICROACREDITACIONES. Uno o varios resultados de aprendizaje de un módulo profesional del catálogo modular de FP. Parcial y acumulable. Perfiles profesionales específicos.
Grado B	Certificado de competencia	Módulo profesional. Acumulación de acreditación Grado A o superación de la formación.
Grado C	Certificado profesional	Varios módulos profesionales con significación en el mercado laboral por sus competencias profesionales. Acumulación de acreditaciones Grado B o superación de la formación. Puede constar de prácticas laborales.
Grado D	Ciclos formativos	"Práctica dual de formación en empresa" 2000/3000 horas. Itinerarios. ETCS.
Grado E	Curso de especialización	Complementar y profundizar en las competencias adquiridas en un ciclo. 300/900 horas. ETCS.



 **Nuevo Sistema de FP como herramienta para la generación de perfiles más pertinentes para las empresas.**

 **Reconocimiento profesional y académico + AACC**

IDEA FUERZA FINAL



CONTENIDOS

CONTENIDOS

- 1 ¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS Y POR QUÉ ES CLAVE?
- 2 CAMBIO DE PARADIGMA: DE “BUSCAR TRABAJO” A “SER SOLUCIÓN”
- 3 CLAVES ESTRATÉGICAS DE UNA PROSPECCIÓN EFICAZ
- ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN ADAPTADAS A COLECTIVOS VULNERABLES
- 4
 - Personas en riesgo de exclusión social
 - Personas migrantes
 - Personas desempleadas de larga duración
 - Mayores de 50 años
- HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE PROSPECCIÓN
- 5
 - Para profesionales de orientación
 - 1. Mapa de empresas del territorio (inteligente)
 - 2. Ficha de empresa orientada a necesidades
 - 3. Guiones de contacto por sector
 - 4. CRM sencillo (aunque sea básico)
 - Para personas usuarias
- EL PAPEL CLAVE DE LA PERSONA ORIENTADORA / PROSPECTORA
- 6
 - Rol profesional
 - Relación con la empresa
- ¿CÓMO PUEDE AYUDAR LA IA A LA PROSPECCIÓN?
- 7
 - Preparación de la prospección
 - Personalización del discurso
 - Apoyo al análisis de perfiles
 - Ahorro de tiempo para el/la profesional
 - Búsqueda y análisis de ofertas de empleo
 - Importante: lo que la IA NO sustituye
- 8 CONCLUSIONES Y MENSAJES CLAVE

5.1 La prospección necesita sistema, no solo actitud

"La prospección no depende de la motivación individual, sino de contar con herramientas que permitan:"

-  **Organizar la información**
-  **Hacer seguimiento**
-  **Medir resultados**
-  **Aprender de la experiencia**

 **Sin herramientas, la prospección se diluye.**

5.2 Mapa de empresas del territorio (inteligente)

? ¿De qué nos sirve?

-  Sector de actividad
-  Tamaño aproximado
-  Número de trabajadores
-  Historial de contratación
-  Presencia en redes

🎯 **Potencial de inserción**

Observaciones estratégicas: Datos cualitativos clave.

Información útil añadida:

-  Bases de datos públicas
-  Cámaras de comercio
-  Asociaciones sectoriales
-  Trabajo en red

Objetivo: priorizar, no dispersarse.

IDENTIFICACIÓN BÁSICA	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
ID empresa	Código interno
Nombre de la empresa	Razón social
CIF / NIF	Identificación fiscal
Sector principal	CNAE / actividad
Subsector	Más específico
Ubicación	Municipio / provincia
Área geográfica	Zona prioritaria / territorio
Año de fundación	Antigüedad
Página web	URL
Redes sociales	LinkedIn / Instagram / X

TAMAÑO Y ESTRUCTURA	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
Tamaño de empresa	Micro / Pyme / Mediana / Grande
Nº trabajadores actual	Estimado o real
Evolución empleo	Creciendo / estable / decreciendo
Tipo de sociedad	SL / SA / autónomo
Facturación estimada	Rango
Capacidad de crecimiento	Baja / media / alta

INFORMACIÓN LABORAL Y CONTRATACIÓN	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
Historial de contratación	Frecuente / puntual / nula
Perfiles contratados	Oficios / técnicos / cualificados
Dificultad de cobertura	Baja / media / alta
Rotación de personal	Baja / media / alta
Uso de subvenciones	Sí / No / Desconocido
Relación previa	Cliente / contacto / ninguno

POTENCIAL DE INSERCIÓN (CLAVE)	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
Potencial de inserción	● Bajo / ● Medio / ● Alto
Adecuación a perfiles disponibles	Baja / media / alta
Capacidad de tutorización	Sí / No
Sensibilidad social	Baja / media / alta
Interés en RSC / ESG	Sí / No
Barreras detectadas	Formación / idioma / horarios
Tipo de inserción viable	Prácticas / contrato / formación

CONTACTOS Y DECISORES	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
Nombre contacto principal	Persona clave
Cargo	RRHH / Gerencia / Encargado
Email	—
Teléfono	—
LinkedIn contacto	URL
Nivel de decisión	Alto / medio / bajo
Relación actual	Fría / tibia / caliente

INFORMACIÓN ESTRATÉGICA EXTERNA	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
Fuente de información	Base pública / cámara / red
Asociación sectorial	Sí / No
Participa en redes empresariales	Sí / No
Proyectos recientes	Expansión / licitaciones
Reputación local	Buena / neutra / mala
Competencia por talento	Baja / media / alta

SEGUIMIENTO COMERCIAL / TÉCNICO	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
Estado de prospección	No contactada / Contactada / Activa
Fecha primer contacto	—
Canal de contacto	Email / llamada / visita
Resultado contacto	Interés / sin interés
Próxima acción	Llamada / visita / propuesta
Fecha próxima acción	—
Responsable interno	Técnico asignado

VALORACIÓN FINAL Y PRIORIZACIÓN	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
Prioridad	🔥 Alta / Media / Baja
Score global	(0–100)
Encaje estratégico	Alto / medio / bajo
Riesgos	Legales / económicos / operativos
Observaciones cualitativas	Información clave
Decisión	Continuar / pausar / descartar

5.3 Ficha de empresa orientada a necesidades

"Cada empresa debería tener una ficha que recoja:"

⚠ Problemas detectados

👤 Perfiles que suele necesitar

📅 Temporadas de contratación

👤 Persona de contacto

🚫 Barreras detectadas

★ Nivel de colaboración

👉 La ficha debe ayudar a personalizar el discurso.

5.4 Guiones de contacto por sector

No se habla igual con:

🍴 Hostelería

🏗 Construcción

🛍 Comercio

🏥 Serv. socio-sanitarios

🚚 Logística

El guion debe considerar:

- ✓ Lenguaje adaptado al sector
- ✓ Propuesta de valor concreta
- ✓ Preguntas abiertas estratégicas
- ✓ Cierre con siguiente paso

👉 Tener un guion reduce inseguridad y mejora la eficacia.

5.5 CRM sencillo (aunque sea básico)

No es necesario un software complejo. Basta con que recoja:

- Excel estructurado
- Google Sheets
- Plataforma interna
- Herramienta gestión

Debe permitir:

- ✓ Registrar contactos
- Fechas de cita
- Resultado
- Compromisos
- Acciones programadas



Lo que no se registra, no se gestiona.

5.6 Herramientas para personas usuarias

La prospección también implica preparar a los perfiles. **La preparación es clave.**

- Fichas competenciales claras
- CV adaptados por sector
- Elevator pitch entrenado
- Simulación de entrevistas
- Ajuste de expectativas

La herramienta no es solo externa (empresa).
También es interna (persona).

5.7 Indicadores para evaluar la prospección

"Medir es profesionalizar. Algunas mediciones clave:"



Nº Contactos
Realizados



Nº Visitas
Realizadas



Nº Empresas
Nuevas captadas



Nº Inserciones
Logradas



Tasa de Fidelización
Recurrencia



Tiempo Medio
Hasta propuesta

👉 La prospección debe evaluarse como cualquier proceso estratégico.

TRAZABILIDAD

🔑 La prospección no es intuición.

🔑 Es método, registro y mejora continua.

IDEA FUERZA FINAL



CONTENIDOS

CONTENIDOS

- 1 ¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS Y POR QUÉ ES CLAVE?
- 2 CAMBIO DE PARADIGMA: DE “BUSCAR TRABAJO” A “SER SOLUCIÓN”
- 3 CLAVES ESTRATÉGICAS DE UNA PROSPECCIÓN EFICAZ
- ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN ADAPTADAS A COLECTIVOS VULNERABLES
- 4
 - Personas en riesgo de exclusión social
 - Personas migrantes
 - Personas desempleadas de larga duración
 - Mayores de 50 años
- HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE PROSPECCIÓN
- 5
 - Para profesionales de orientación
 - 1. Mapa de empresas del territorio (inteligente)
 - 2. Ficha de empresa orientada a necesidades
 - 3. Guiones de contacto por sector
 - 4. CRM sencillo (aunque sea básico)
 - Para personas usuarias
- EL PAPEL CLAVE DE LA PERSONA ORIENTADORA / PROSPECTORA
- 6
 - Rol profesional
 - Relación con la empresa
- ¿CÓMO PUEDE AYUDAR LA IA A LA PROSPECCIÓN?
- 7
 - Preparación de la prospección
 - Personalización del discurso
 - Apoyo al análisis de perfiles
 - Ahorro de tiempo para el/la profesional
 - Búsqueda y análisis de ofertas de empleo
 - Importante: lo que la IA NO sustituye
- 8 CONCLUSIONES Y MENSAJES CLAVE



6.1 La persona prospector como agente estratégico

"La prospección no es solo una tarea técnica. Es una función estratégica dentro del programa."

La persona orientadora/prospector:

- ✓ Representa al programa ante el tejido empresarial.
- ✓ Traduce necesidades empresariales en oportunidades reales.
- ✓ Genera confianza y credibilidad.
- ✓ Construye relaciones a medio y largo plazo.

 **Es la cara visible del proyecto ante las empresas.**

6.2 De técnico/a de inserción a gestor/a de relaciones

Cambio de enfoque profesional

ANTES

- ✗ Gestión de ofertas
- ✗ Derivación candidaturas
- ✗ Seguimiento puntual



AHORA

- ✓ Análisis de mercado
- ✓ Diagnóstico empresarial
- ✓ Negociación
- ✓ Fidelización

+ Estrategia territorial

 **La prospección exige una mentalidad empresarial.**

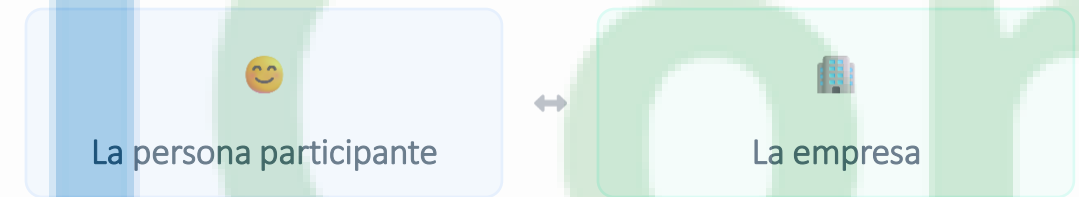


6.3 Competencias clave de la persona prospectora

- ◆ **Comunicación estratégica**
(Persuasión, Seguridad, Capacidad de síntesis)
- ◆ **Capacidad de negociar**
- ◆ **Escucha activa**
(Identificar oportunidades en expresiones, No imponer la solución preconcebida)
- ◆ **Capacidad de negociación**
(Ajustar expectativas, Generar compromisos, Cerrar acuerdos)
- ◆ **Inteligencia emocional**
(Gestión de rechazos, Gestión de frustración, Empatía empresarial)
- ◆ **Organización y método**
(Seguimiento, Rigor, Planificación)

6.4 Equilibrio clave: doble lealtad profesional

La persona prospectora trabaja entre dos realidades:



Debe:

- ✓ Defender el ajuste real del perfil
- ✓ No forzar inserciones inadecuadas
- ✓ Priorizar el vínculo de confianza de la empresa
- ✓ Proteger el proceso de la persona usuaria



La credibilidad es el mayor activo.



6.5 Gestión del rechazo y resiliencia profesional

Realidad en prospección:

- ❗ No todas las empresas colaboran
- ❗ No todas las reuniones generan inserción
- ❗ No todos los perfiles encajan

"La clave no es evitar el rechazo. Es gestionarlo profesionalmente."

Estrategias:

Mantener seguimiento

No personalizarse

👉 La prospección necesita resultados.

6.6 Posicionamiento profesional del programa

La persona prospectora debe transmitir que el programa es:

- ✓ Riguroso en perfiles
- ✓ Acompañamiento estable
- ✓ Información contrastada
- ✓ Transparente

✗ No somos un recurso asistencial.

✓ Somos un aliado profesional.

👉 La herramienta más importante de la prospección no es el CRM.

Es la profesionalidad de quien la ejerce.

CONTENIDOS

CONTENIDOS

- 1 ¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS Y POR QUÉ ES CLAVE?
- 2 CAMBIO DE PARADIGMA: DE “BUSCAR TRABAJO” A “SER SOLUCIÓN”
- 3 CLAVES ESTRATÉGICAS DE UNA PROSPECCIÓN EFICAZ
ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN ADAPTADAS A COLECTIVOS VULNERABLES
 - Personas en riesgo de exclusión social
 - Personas migrantes
 - Personas desempleadas de larga duración
 - Mayores de 50 años
- 5 HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE PROSPECCIÓN
 - Para profesionales de orientación
 - 1. Mapa de empresas del territorio (inteligente)
 - 2. Ficha de empresa orientada a necesidades
 - 3. Guiones de contacto por sector
 - 4. CRM sencillo (aunque sea básico)
 - Para personas usuarias
- 6 EL PAPEL CLAVE DE LA PERSONA ORIENTADORA / PROSPECTORA
 - Rol profesional
 - Relación con la empresa
- 7 ¿CÓMO PUEDE AYUDAR LA IA A LA PROSPECCIÓN?
 - Preparación de la prospección
 - Personalización del discurso
 - Apoyo al análisis de perfiles
 - Ahorro de tiempo para el/la profesional
 - Búsqueda y análisis de ofertas de empleo
 - Importante: lo que la IA NO sustituye
- 8 CONCLUSIONES Y MENSAJES CLAVE

⚡ (Enfoque 100% práctico + prompts listos para usar)

"No hablamos de teoría sobre IA. Hablamos de cómo ahorrar tiempo, mejorar el discurso y profesionalizar la prospección."

7.1 ¿Para qué puede servir realmente?

- ✓ Analizar sectores rápidamente
- ✓ Preparar visitas a empresas
- ✓ Obtener argumentarios personalizados
- ✓ Diseñar estrategias de contacto
- ✓ Redactar emails profesionales
- ✓ Adaptar candidaturas
- ✓ Simular objeciones
- ✓ Crear oportunidades ocultas



IDEA CLAVE



La IA no sustituye la relación humana.



Optimiza tu preparación.



Preparación y Personalización con IA

7.2 Preparación de una visita empresarial

😊 Objetivo: Llegar con discurso personalizado y estratégico.

PROMPT PRÁCTICO

Actúo como experto/a en prospección de empresas en programas de inserción laboral.

Voy a visitar una empresa del sector en . [sector] [ciudad]

Indícame:

Posibles necesidades habituales de este sector.

Problemas frecuentes en gestión de personal.

Qué tipo de propuesta de valor puedo ofrecer desde un programa de inserción.

Posibles objeciones y cómo responderlas.

COPIAR
PROMPT

7.3 Personalización del discurso según colectivo

👥 Objetivo: Adaptar el enfoque a jóvenes, mayores de 50, etc.

PROMPT PRÁCTICO

Necesito adaptar mi discurso para presentar un programa de inserción a un perfil:

[edad, experiencia/es, colectivo, competencias]

La empresa pertenece al sector . [sector]

Redacta un discurso profesional centrado en competencias y valor añadido, evitando mencionar la vulnerabilidad como eje central.

COPIAR
PROMPT

Emails de Prospección y Manejo de Objeciones

7.4 Redacción de emails de prospección profesional

 Objetivo: Solicitar reunión de forma clara y concisa.

PROMPT PRÁCTICO

Redacta un email breve, profesional y atractivo para solicitar una reunión con una empresa del sector en . [sector] [ciudad]

El objetivo es presentar un programa de inserción laboral que ofrece:

Preselección de perfiles ajustados

Acompañamiento técnico

Seguimiento post-inserción

Que sea claro, conciso y orientado a aportar valor.



COPIAR
PROMPT

7.5 Simulación de objeciones empresariales

 Objetivo: Entrenar la respuesta antes de la visita.

PROMPT PRÁCTICO

Simula que eres un gerente de una empresa del sector . [sector]

Plantea 5 objeciones habituales a la contratación de personas en situación de vulnerabilidad.

Después, responde a cada objeción desde la perspectiva de una persona prospector profesional.



COPIAR
PROMPT

Análisis de Mercado y Adaptación

7.6 Análisis rápido del mercado oculto

 Objetivo: Identificar oportunidades no publicadas.

PROMPT PRÁCTICO

Estoy trabajando la prospección en . [ciudad o provincia]

Por favor, realiza lo siguiente:

Identifica sectores con alta rotación o en fase de expansión actual.

Sugiere perfiles laborales con potencial de inserción para programas sociales.

Indica posibles oportunidades de **mercado oculto** (empresas que no suelen publicar ofertas en portales).

 **COPIAR
PROMPT**

7.7 Adaptación de perfiles a necesidades

 Objetivo: Ajustar el CV a la vacante real.

PROMPT PRÁCTICO

Tengo este perfil profesional:

[descripción resumida del CV]

La empresa necesita cubrir este puesto:

[descripción del puesto]

Ayúdame a **reformular el perfil** destacando las competencias transferibles y ajustándolo específicamente a la necesidad empresarial descrita.

 **COPIAR
PROMPT**

Organización Estratégica y Buenas Prácticas

7.8 Organización estratégica de la prospección

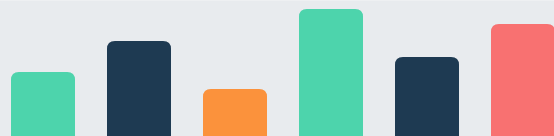
PROMPT PRÁCTICO

Ayúdame a diseñar un plan mensual de prospección empresarial para un programa de inserción laboral.

Incluye:

- Objetivos cuantitativos
- KPIs (Indicadores Clave de Desempeño)
- Indicadores de seguimiento
- Estrategias de fidelización

COPIAR
PROMPT



PROYECCIÓN DE OBJETIVOS

7.9 Buenas prácticas en el uso de IA

- ✓ Úsala como **apoyo**, no para sustituir tu criterio profesional.
- ✓ Personaliza siempre los resultados antes de usarlos.
- ✗ No copiar-pegar sin revisar y adaptar al contexto.
- 🛡 Mantener la **confidencialidad** de datos sensibles (no subir datos reales de usuarios).
- ✓ Úsala para mejorar la **preparación**, no para improvisar.



IDEA FUERZA FINAL

👉 La IA no hace la prospección por ti.

👉 Pero puede hacer que tu prospección sea **más estratégica, más rápida y más profesional.**

Estructura y coherencia para una IA especializada

Un Proyecto configurado permite:

- ✓ Mantener contexto estable (territorio, programa, colectivo)
- ✓ Reusar la configuración base automáticamente
- ✓ Crear coherencia en todos los prompts generados
- ✓ Evitar repetir información en cada nueva consulta
- ✓ Construir una "IA especializada" en prospección



Es como entrenar un asistente específico para tu programa.

1

Crear el Proyecto

Inicia un nuevo espacio de trabajo dedicado.

Nombre sugerido:

"Prospección estratégica – Proyecto [Sevilla]"

2

Configurar Instrucciones

Define el "cerebro" del proyecto.

Es la configuración clave que la IA recordará en **todas** las sesiones futuras.

3

Configurar Prompts Base

Crea tu biblioteca de recursos.

Son **plantillas listas** que se pueden lanzar cada vez con un solo clic.

4

Usar en el día a día

Tu asistente operativo.

Abrirlo antes de cada sesión y lanzar los prompts ya configurados.

Consultoría de Formación Dual

Alimentar la IA con el contexto real de tu territorio



¿Qué documentos subir?



Mapa sectorial de Sevilla



Perfil tipo de participantes



Recursos personales de Sevilla



Tabla de empresas / Base de datos



Argumentario o manual de ventas



Así la IA podrá:



Usar el discurso y tono corporativo adecuado



Usar terminología coherente con el programa



Adaptar su mensaje a tu realidad concreta y local



Resultado: Respuestas mucho más precisas

Cómo mejorar los prompts dentro del Proyecto

✗ Sin Proyecto Configurado

Lo que tienes que escribir:

"Actúo como experto en prospección de empleo. Trabajo en Sevilla con colectivos vulnerables. Necesito un guion para una visita. Evita el tono asistencialista y enfócate en competencias..."

⚠ El problema:

Es necesario repetir todo el contexto en CADA prompt. Si se te olvida un detalle, la respuesta será genérica y poco útil.

VS

✓ Con Proyecto Configurado

Lo que tienes que escribir:

"Prepara el guion para una visita a empresa del sector logístico."

🧠 La IA ya sabe automáticamente:

- ✓ Quién eres y tu rol profesional
- ✓ Que trabajas con colectivos vulnerables
- ✓ Que buscas un enfoque estratégico
- ✓ Que debe evitar el tono asistencialista

CREAR "PROMPTS BASE" REUTILIZABLES



Prompt Base 1

Preparación Visita

"Prepara la estrategia de visita para esta empresa: [nombre empresa]. Identifica necesidades probables y propuesta de valor."



Prompt Base 2

Objeciones

"Actúa como el gerente. Anticipa 3 objeciones duras a mi propuesta y redacta respuestas profesionales para rebatirlas."



Prompt Base 3

Adaptación Perfil

"Ajusta este perfil competencial [pegar perfil] a las necesidades y lenguaje técnico de esta empresa."



Prompt Base 4

Análisis Sectorial

"Analízame oportunidades de inserción en el sector [sector] en Sevilla. Tendencias y empresas clave."

Configuración Avanzada (Muy Recomendable)

Añade capas de personalización para obtener resultados expertos

- ✓ Configurar una **lengua clara y profesional**.
- ✓ Evitemos lenguaje "**no valorarme**" en la presentación externa.
- ✓ Prioriza **competencias, habilidades y valor añadido**.
- ✓ Incluye posibles **riesgos empresariales** y cómo mitigarlos.



Esto cambia radicalmente la calidad de los resultados.

ERRORES FRECUENTES Y RESUMEN CLAVE

✗ ERRORES FRECUENTES

- ✗ No crear un proyecto base
- ✗ No definir el estilo de respuesta
- ✗ Usar prompts demasiado genéricos o repetitivos
- ✗ No indicar un enfoque claro
- ✗ No subir documentación estratégica

😊 RESUMEN CLAVE

- ✓ Personalizar la prospección
- ✓ Profesionalizar el discurso
- ★ Convertir la IA en un **asistente especializado**
- ✓ Ahorrar tiempo operativo
- ✓ Mantener coherencia estratégica

CONTENIDOS

CONTENIDOS

- 1 ¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN DE EMPRESAS Y POR QUÉ ES CLAVE?
- 2 CAMBIO DE PARADIGMA: DE “BUSCAR TRABAJO” A “SER SOLUCIÓN”
- 3 CLAVES ESTRATÉGICAS DE UNA PROSPECCIÓN EFICAZ
 - ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN ADAPTADAS A COLECTIVOS VULNERABLES
 - Personas en riesgo de exclusión social
 - Personas migrantes
 - Personas desempleadas de larga duración
 - Mayores de 50 años
- 5 HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE PROSPECCIÓN
 - Para profesionales de orientación
 - 1. Mapa de empresas del territorio (inteligente)
 - 2. Ficha de empresa orientada a necesidades
 - 3. Guiones de contacto por sector
 - 4. CRM sencillo (aunque sea básico)
 - Para personas usuarias
- 6 EL PAPEL CLAVE DE LA PERSONA ORIENTADORA / PROSPECTORA
 - Rol profesional
 - Relación con la empresa
- 7 ¿CÓMO PUEDE AYUDAR LA IA A LA PROSPECCIÓN?
 - Preparación de la prospección
 - Personalización del discurso
 - Apoyo al análisis de perfiles
 - Ahorro de tiempo para el/la profesional
 - Búsqueda y análisis de ofertas de empleo
 - Importante: lo que la IA NO sustituye
- 8 CONCLUSIONES Y MENSAJES CLAVE

8.1 Lo que hemos visto

La prospección NO es:

- ✗ "Colocación"
- ✗ Llamar sin estrategia
- ✗ "Colocar" perfiles

La prospección ES:

- ✓ Estrategia territorial
- ✓ Detección profesional
- ✓ Valor añadido

👉 Es intervención con mirada empresarial.

8.3 El posicionamiento a adoptar

No somos:

- Intermediarios pasivos
- Recursos asistenciales
- Gestores de ofertas

Somos:

- ✓ Aliados estratégicos
- ✓ Reductores de riesgo
- ✓ Facilitadores adaptación
- ✓ Constructores relaciones

8.2 Las 6 ideas que deben quedarse

- 📊 La inserción no depende del azar, depende del método.
- 📊 No vendemos vulnerabilidad; vendemos soluciones.
- 📊 La empresa busca soluciones, no perfiles sociales.
- 📊 La vulnerabilidad se gestiona con estrategia, no con protección.
- 📊 La prospección requiere planificación y seguimiento.
- 📊 La persona prospectora es agente/socio/aliado territorial.

8.4 El futuro de la prospección

Profesionalizada

Basada en datos

Personalizada

Estratégica

Relacional

CONFIANZA

8.4 El futuro de la prospección

Profesionalizada

Basada en datos

Personalizada

Estratégica

Relacional

CONFIANZA – CREDIBILIDAD – RELACIÓN HUMANA

**"Construimos oportunidades
sostenibles."**

"La prospección **no abre puertas**.
Construye **relaciones** que mantienen las puertas abiertas."

¿DUDAS?

GRACIAS

 **DualCon**
Consultoría de Formación Dual

César García
Info@dualcon.es