PROGRAMA INTEGRAL DE

DIRECCIÓN COMERCIAL

(PIDC)

FUNDOS | ESIC Corporate Education

José María Viejo del Pozo

Director General de FUNDOS

La dirección comercial es hoy una de las áreas más determinantes para el éxito de las organizaciones. Liderarla con visión, método y estrategia es clave para transformar la acción en resultados.

En un escenario económico y empresarial cada vez más competitivo, la capacidad de dirigir equipos comerciales con criterio estratégico y sensibilidad hacia el mercado constituye una ventaja decisiva. Las empresas necesitan líderes capaces de comprender el comportamiento del cliente, anticipar tendencias y diseñar estrategias de crecimiento sostenibles.

Con esa convicción, FUNDOS y ESIC Business School, una de las instituciones académicas más prestigiosas de Europa en formación empresarial y de dirección, impulsan el Programa Integral de Dirección Comercial (PIDC): una propuesta de alto nivel orientada a profesionales que aspiran a perfeccionar su liderazgo comercial y a fortalecer las competencias directivas que exige la nueva economía.

El programa combina una sólida base conceptual con una orientación eminentemente práctica, enfocada en la toma de decisiones, la planificación estratégica de ventas y la gestión avanzada de clientes y mercados. Los participantes trabajarán sobre casos reales y herramientas actuales, desarrollando habilidades que les permitirán dirigir equipos con eficacia, impulsar la rentabilidad y consolidar relaciones comerciales duraderas.

El PIDC responde al propósito compartido por FUNDOS y ESIC de acercar a Castilla y León la formación executive de mayor reconocimiento internacional, ofreciendo a los profesionales del territorio la posibilidad de acceder a un modelo formativo innovador, riguroso y directamente conectado con la realidad empresarial.

Más que un programa académico, el PIDC es una experiencia transformadora: una invitación a liderar con visión, a vender con propósito y a entender la dirección comercial no solo como una función operativa, sino como un auténtico motor de competitividad y crecimiento para las organizaciones.

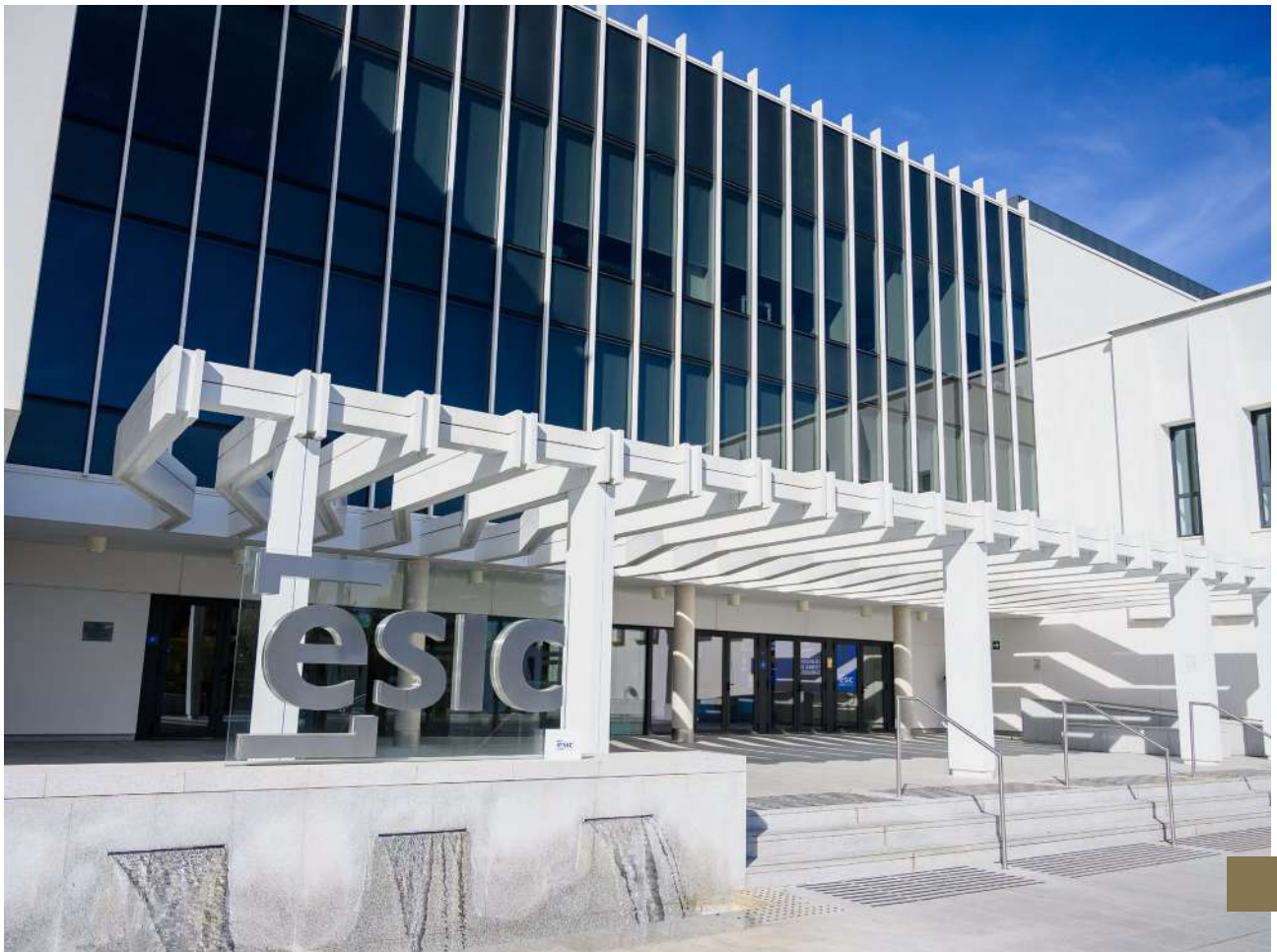
TALENT IS THE BEST PARTNER

La misión de ESIC Corporate Education consiste en ayudar a las empresas a su transformación y a mejorar su competitividad e innovación continua **a través de la capacitación de su talento** y del impulso del liderazgo intelectual de sus equipos.

Las personas son nuestro principal activo y para nosotros es fundamental centrarnos en ellas.

En ESIC nos convertimos en el mejor partner de las empresas para cubrir todas sus necesidades de captación y dotación de talento, ofreciendo las mejores soluciones para mejorar la competitividad y sostenibilidad, creando nuevas sinergias y oportunidades dentro de las empresas.

Este concepto tan amplio resume **la razón de ser de ESIC Corporate Education: que las empresas encuentren en el talento de Corporate a su mejor socio.**



Programa Integral de Dirección Comercial

En un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico, la dirección comercial y el marketing se han convertido en pilares estratégicos para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad de las Empresas.

Este programa está diseñado para directivos y empresarios que buscan potenciar sus capacidades de liderazgo comercial, optimizar la gestión de equipos y desarrollar estrategias de marketing innovadoras orientadas a resultados.

A lo largo de la formación presencial, se abordarán las tendencias actuales del mercado, herramientas digitales, técnicas de fidelización y metodologías para incrementar la rentabilidad de los procesos de comercialización.

El objetivo es proporcionar una visión integral que permita tomar decisiones informadas, y adaptarse con éxito a los cambios del mercado.

Una oportunidad única para transformar la estrategia comercial de su Organización en ventaja competitiva.

¿A quién va dirigido?

1. Empresarios/as de empresas y organizaciones.

2. Gerentes de Pymes que decidan sobre la política comercial de la empresa, o quieran conocer cómo funciona una dirección comercial.

3. Directores Comerciales y Directores de Marketing.

Objetivos

1. Tomar decisiones comerciales con mayor confianza, y anticiparse a las necesidades del mercado y del consumidor.

2. Potenciar las competencias estratégicas, operativas y personales para liderar equipos de ventas, y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

3. Conocer las últimas tendencias y herramientas para mejorar los procesos de comercialización y de fidelización de clientes.

Programa Integral de Dirección Comercial

Duración
3
meses

Programa Académico

DURACIÓN Y FORMATO:

> **Lugar:** León.

> **Inicio:** Marzo 2026.

> **Duración:** 100 horas (60 h. presenciales y 40 h. online síncronas).

> **Horario:** presencial. Fines de semanas alternos: Viernes de 16 a 21 h. y Sábados de 9:30h. a 14:30 h.

> **Modalidad: Híbrida (presencial y online síncrona)**

PRECIO:

> **6.950 € (Matricula 600 €+ Docencia 6.350 €)**

> **Aplicable Bonificación de FUNDAE**

MÓDULO 1:
ESTRATEGIA Y DIRECCIÓN COMERCIAL

Objetivos:

> Comprender el papel de la dirección comercial en la estrategia global de la empresa.
> Diseñar planes comerciales alineados con los objetivos corporativos.
> Identificar oportunidades de crecimiento mediante el análisis del entorno y del cliente.

1. INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN COMERCIAL ESTRATÉGICA

> Rol del director comercial en la empresa moderna.
> Tendencias actuales en dirección comercial.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DIAGNÓSTICO COMERCIAL

> Análisis interno: fortalezas y debilidades del área comercial.
> Análisis externo: competencia, mercado, cliente y entorno digital.

3. DISEÑO DEL PLAN COMERCIAL ESTRATÉGICO

> Definición de objetivos comerciales SMART.
> Segmentación de clientes y propuesta de valor.
> Estrategias de captación, fidelización y crecimiento.
> Integración con marketing y operaciones.

MÓDULO 2:

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y NEUROMARKETING

Objetivos:

> Identificar los factores emocionales, sociales y cognitivos que afectan el comportamiento del consumidor.
> Aplicar principios de neuromarketing para mejorar la comunicación comercial y la experiencia del cliente.

1. INTRODUCCIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

¿Qué es el comportamiento del consumidor?

> Tipologías de consumidores y procesos de decisión.

2. PSICOLOGÍA DE LA COMPRA Y DECISIÓN DEL CLIENTE

El viaje del cliente: desde la necesidad hasta la fidelización.

> Sesgos cognitivos y heurísticos aplicados al marketing.
> El papel de la confianza y la reputación en la decisión de compra.

3. FUNDAMENTOS DEL NEUROMARKETING

¿Qué es el neuromarketing y cómo se aplica?

> Principios neurocientíficos: atención, emoción, memoria.
> Estímulos visuales, auditivos y táctiles en la experiencia de marca.

4. APLICACIONES PRÁCTICAS EN ESTRATEGIA COMERCIAL

> Diseño de mensajes persuasivos basados en neurociencia.
> Optimización de puntos de venta y entornos digitales.
> Packaging, precios y promociones desde la perspectiva sensorial.

MÓDULO 3:

MODELOS CANVAS Y KPI´S COMERCIALES

Objetivos:

> Comprender y aplicar el Modelo Canvas como herramienta estratégica de negocio.
> Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar la eficacia comercial.

1. INTRODUCCIÓN AL MODELO CANVAS

> Visión general de los 9 bloques del modelo.
> Aplicaciones prácticas en empresas comerciales.

2. DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO

> Segmentos de clientes y propuesta de valor.
> Canales de distribución y relaciones con clientes.
> Recursos clave, actividades clave y socios estratégicos.

3. KPIS COMERCIALES: QUÉ MEDIR Y POR QUÉ

> Definición de KPI: características y utilidad.
> KPIs de ventas: volumen, conversión, ticket medio, rentabilidad.
> KPIs de clientes: adquisición, retención, satisfacción, valor de vida (CLV).
> KPIs de equipo comercial: productividad, eficiencia, cumplimiento de objetivos.

MÓDULO 4:
HERRAMIENTAS DE PREVISIÓN DE VENTAS

Objetivos:

> **Comprender la importancia estratégica de la previsión de ventas en la toma de decisiones.**
> **Conocer los principales métodos de previsión y cuándo aplicarlos.**

1. INTRODUCCIÓN A LA PREVISIÓN COMERCIAL
¿Por qué es clave prever las ventas?
> Impacto en producción, logística, tesorería y recursos humanos.
> Errores comunes en la estimación de demanda.

2. MÉTODOS DE PREVISIÓN DE VENTAS
> Métodos cualitativos: juicio experto, paneles, encuestas.
> Métodos cuantitativos: series temporales, regresión, modelos estadísticos.
> Previsión basada en CRM y comportamiento histórico del cliente.

3. VARIABLES CLAVE Y FACTORES DE INFLUENCIA
> Estacionalidad, tendencias y ciclos económicos.
> Lanzamientos de productos, promociones y campañas.
> Factores externos: competencia, entorno político, cambios tecnológicos.

4. HERRAMIENTAS DIGITALES Y AUTOMATIZACIÓN
> Excel avanzado y Power BI para previsión.

MÓDULO 5:

PRICING. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Objetivos:

> Comprender el papel estratégico del precio en la rentabilidad y posicionamiento de la empresa.
> Identificar y aplicar diferentes estrategias de pricing según el mercado, el cliente y el ciclo de vida del producto.

1. INTRODUCCIÓN AL PRICING ESTRATÉGICO.

> El precio como herramienta de posicionamiento y diferenciación.
> Factores internos y externos que influyen en la fijación de precios.

2. TIPOS DE ESTRATEGIAS DE PRECIOS.

> Precios basados en costes, competencia y valor.
> Estrategias de penetración, premium, skimming y precios psicológicos.

3. VALOR PERCIBIDO Y SENSIBILIDAD AL PRECIO.

¿Qué valora realmente el cliente?

> Elasticidad del precio y comportamiento del consumidor.

4. GESTIÓN DE PROMOCIONES Y DESCUENTOS.

> Tipos de promociones y su impacto en la rentabilidad.
> Riesgos del descuento excesivo.

MÓDULO 6:

DIMENSIONAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES

Objetivos:

> Determinar el tamaño óptimo del equipo comercial según objetivos, de mercado.
> Definir roles, perfiles y responsabilidades dentro del equipo de ventas.
> Diseñar sistemas de retribución que equilibren motivación, rentabilidad y sostenibilidad.

1. INTRODUCCIÓN AL DIMENSIONAMIENTO COMERCIAL

> Factores que influyen: mercado, cartera de clientes, canales, objetivos.
> Modelos de estructura comercial: territorial, por producto, por cliente, híbridos.

2. CÁLCULO DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL EQUIPO

> Ratio de cobertura comercial: visitas, clientes, frecuencia.
> Análisis de carga de trabajo y productividad esperada.

3. DISEÑO DE ROLES Y PERFILES COMERCIALES

> Tipologías de vendedores: hunter, farmer, consultivo, técnico.
> Competencias clave por tipo de rol.
> Herramientas para evaluación y selección de perfiles.

4. SISTEMAS DE RETRIBUCIÓN COMERCIAL

> Retribución fija vs variable: ventajas y riesgos.
> Bonificaciones por objetivos, comisiones, incentivos no económicos.
> KPIs vinculados a la retribución: ventas, margen, fidelización, calidad.

MÓDULO 7:
INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y VENTAS

Objetivos:

> Comprender el papel de la inteligencia artificial en la evolución de la función comercial.
> Identificar aplicaciones prácticas de IA en prospección, segmentación, comunicación y fidelización.

1. INTRODUCCIÓN A LA IA EN VENTAS

> Mitos y realidades: la IA como aliada, no como amenaza.
> Tipos de IA aplicables: predictiva, generativa, conversacional, analítica.

2. AUTOMATIZACIÓN Y PRODUCTIVIDAD COMERCIAL

> IA para redacción de propuestas, guiones de venta y mensajes persuasivos.
> Gestión inteligente de reuniones y seguimiento comercial.
> Herramientas recomendadas: ChatGPT, Salesforce Einstein, HubSpot AI, etc.

3. CAPTACIÓN Y SEGMENTACIÓN INTELIGENTE DE CLIENTES

> Segmentación avanzada basada en comportamiento y patrones de compra.
> Personalización de primeros contactos y propuestas comerciales.

4. FIDELIZACIÓN Y DESARROLLO DE CLIENTES CON IA

> IA para enriquecer la experiencia del cliente sin perder la cercanía humana.
> Diseño de planes de fidelización basados en datos.

MÓDULO 8:
MONETIZACIÓN DE PÁGINAS WEB

Objetivos:

> Comprender las principales estrategias de monetización digital aplicables a páginas web corporativas o personales.
> Evaluar modelos de negocio digitales como ecommerce, afiliación, publicidad y contenido premium.

1. INTRODUCCIÓN A LA MONETIZACIÓN WEB
> Tipos de monetización: directa, indirecta, pasiva y activa.
> Casos reales de empresas que monetizan su web con éxito.

2. MODELOS DE MONETIZACIÓN DIGITAL.
> Marketing de afiliación: plataformas, comisiones y conversión.
> Ecommerce: venta de productos físicos y digitales.
> Contenido patrocinado y colaboraciones.
> Suscripciones, membresías y contenido premium.

3. HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS CLAVE
> Automatización de ingresos: funnels, email marketing, IA para contenido.
> Analítica web: Google Analytics, Hotjar, SEMrush.
> Optimización SEO para atraer tráfico cualificado

MÓDULO 9:
CÓMO DIFERENCIARME EN REDES SOCIALES

Objetivos:

> Comprender el papel estratégico de las redes sociales en la diferenciación comercial.
> Identificar los elementos clave de una marca personal y corporativa sólida en entornos digitales.
> Optimizar perfiles y publicaciones para destacar frente a la competencia.

1. ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN DIGITAL
¿Por qué es clave diferenciarse en redes sociales?
> Posicionamiento comercial en redes: propuesta de valor, tono, estilo.

2. MARCA PERSONAL Y CORPORATIVA EN REDES
> Elementos de una marca sólida: autenticidad, coherencia, relevancia.
> Cómo construir una narrativa comercial atractiva.

3. CONTENIDOS QUE CONECTAN Y VENDEN
> Tipos de contenido comercial: educativo, emocional, testimonial, promocional.
> Calendario editorial y frecuencia óptima.

4. OPTIMIZACIÓN DE PERFILES Y ENGAGEMENT
> Cómo mejorar tu perfil comercial en LinkedIn, Instagram, TikTok, etc.
> Técnicas para aumentar visibilidad y engagement.

MÓDULO 10:

MODELOS DE VENTA B2B

Objetivos:

> Comprender las particularidades del entorno B2B frente al B2C.
> Identificar y aplicar los principales modelos de ventas B2B según el tipo de cliente y producto.
> Optimizar la gestión de cuentas clave y relaciones comerciales a largo plazo.

1. INTRODUCCIÓN AL ENTORNO B2B

> Diferencias clave entre B2B y B2C.

2. PRINCIPALES MODELOS DE VENTAS B2B

> Venta transaccional vs. venta consultiva.
> ABN
> Venta transformacional

3. GESTIÓN DE CUENTAS CLAVE Y RELACIÓN COMERCIAL

> Identificación y priorización de cuentas estratégicas.
> Plan de acción por cliente: objetivos, interlocutores, oportunidades.
> Fidelización y desarrollo de clientes B2B.

MÓDULO 11:
CUSTOMER EXPERIENCE Y CUSTOMER JOURNEY

Objetivos:

> Comprender el impacto de la experiencia del cliente en los resultados comerciales.
> Identificar y mapear el recorrido del cliente en todos los canales y puntos de contacto.
> Detectar fricciones y oportunidades de mejora en cada etapa del Customer Journey.

1. FUNDAMENTOS DEL CUSTOMER EXPERIENCE

¿Qué es la experiencia del cliente y por qué es estratégica?

> Diferencias entre satisfacción, fidelización y experiencia.

2. MAPEO DEL CUSTOMER JOURNEY

¿Qué es el Customer Journey y cómo se construye?

> Etapas del recorrido: descubrimiento, consideración, compra, uso, fidelización.
> Identificación de touchpoints y emociones asociadas.

3: DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES

> Momentos de la verdad: cómo sorprender y superar expectativas.
> Personalización, empatía y consistencia en la experiencia.

4. MEDICIÓN Y OPTIMIZACIÓN DEL CUSTOMER EXPERIENCE

> Indicadores clave: NPS, CES, CSAT, tasa de retención.

MÓDULO 12:

LEADER COACH DE EQUIPOS

Objetivos:

> Desarrollar habilidades de liderazgo basadas en el coaching para dirigir equipos comerciales.
> Aprender a generar conversaciones transformadoras que impulsen el compromiso y la mejora continua.

1: FUNDAMENTOS DEL LEADER COACH

¿Qué es el liderazgo con enfoque coaching?

> Diferencias entre jefe, líder y coach.
> Competencias clave del líder coach: escucha, empatía, influencia, visión.

2: ESTILOS DE LIDERAZGO Y DIAGNÓSTICO DEL EQUIPO

> Cómo adaptar el estilo al nivel de madurez del equipo.
> Herramientas de diagnóstico: matriz de desarrollo, mapa de talento.

3: COMUNICACIÓN Y CONVERSACIONES DE COACHING

> Escucha activa y preguntas poderosas.
> Conversaciones de desarrollo, feedback y resolución de conflictos.
> Técnicas para generar reflexión, compromiso y acción.

4: GESTIÓN DEL DESEMPEÑO Y MOTIVACIÓN

> Coaching para el rendimiento: fijación de objetivos, seguimiento y refuerzo.
> Cómo gestionar la resistencia, el bajo rendimiento y la desmotivación.

MÓDULO 13:

TÉCNICAS DE PERSUASIÓN E INFLUENCIA

Objetivos:

> Comprender los fundamentos psicológicos de la persuasión y la influencia en contextos comerciales.
> Aplicar técnicas efectivas para captar la atención, generar confianza y cerrar acuerdos.

1. FUNDAMENTOS DE PERSUASIÓN E INFLUENCIA

¿Qué es persuadir e influir en el ámbito comercial?

> Diferencias entre manipulación, persuasión e influencia ética.
> Principios psicológicos de la persuasión (Cialdini): reciprocidad, escasez, autoridad, coherencia, simpatía, prueba social.

2: ESTILOS DE INFLUENCIA Y ADAPTACIÓN

> Estilos de influencia: racional, emocional, coercitivo, colaborativo.
> Cómo adaptar el estilo al perfil del interlocutor (DISC, MBTI, etc.).
> Influencia en entornos B2B, B2C.

MÓDULO 14:
STORYTELLING Y PRESENTACIONES DE NEGOCIO

Objetivos:

> Estructurar narrativas comerciales que conecten con distintos públicos.
> Integrar elementos visuales, verbales y emocionales en presentaciones de alto impacto.

1. FUNDAMENTOS DEL STORYTELLING COMERCIAL

¿Qué es el storytelling y por qué funciona en ventas?

> Tipos de historias aplicables al entorno comercial: origen, éxito, transformación, cliente.

2. ESTRUCTURA DE UNA HISTORIA COMERCIAL

> El viaje del héroe adaptado al cliente.
> Elementos clave: contexto, conflicto, solución, transformación.
> Cómo convertir datos en relatos memorables.

3. DISEÑO DE PRESENTACIONES DE NEGOCIO

> Estructura de una presentación efectiva: apertura, desarrollo, cierre.
> Técnicas para captar la atención desde el primer minuto.
> Uso estratégico de datos, visuales y lenguaje corporal.
> Adaptación del mensaje según tipo de audiencia (cliente, comité, equipo).

4. HERRAMIENTAS VISUALES Y TÉCNICAS DE IMPACTO

> Diseño de presentaciones con herramientas como PowerPoint, Canva
> Integración de storytelling en presentaciones digitales.

CLAUSTRO Y PONENTES

Docentes

Juan José Muriel
Licenciado en Empresariales. GESCO por ESIC. PDG por IESE
Profesor de Esic Corporate Education
Consejero Delegado (CEO) en Grupo Vivofácil

Alfredo Rodríguez
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales URJC
Experto en transportes terrestres, Smart Mobility e Innovación.
Profesor de Esic Corporate Education

Antonio Salcedo
Doctor en Economía de la Empresa URJC. Executibe MBA por ICADE
Manager AAPP en Esic. Director de Consultoría Formaselect
Gerente de Consultora Cesi. Consultor senior en GMC Consultores

Óscar Martín
Profesor de Esic Corporate Education
Emprendedor, Experto en IA y Digitalización de Pymes a nivel nacional e internacional

Pedro Varez
Licenciado en CC Empresariales (CUNEF)
Profesor de Esic Corporate Education
CFO en Redext.
Anteriormente,Head of Finance en Wildstone Spain. Director Financiero en Caramelo S.A.U. Subdirector General Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

Javier Molina
Licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC.
Licenciado ADE por Univesity of Lincoln UK.
Profesor de Esic Corporate Education
Anteriormente, Director en Broadnet (Grupo ACS); Sales Manager en France Telecom; Adjunto a Dirección Red Comercial en Banco Santander

Juan Ignacio Pérez
Ingeniero Superior Industrial. MBA Executive por el IE
Profesor de Esic Corporate Education.
Ha desempeñado funciones como las de Director de Ventas, Director de Marketing, Responsable de Producto & e-Marketing & Telemarketing, Director de Desarrollo de Negocio de Servicios y Managing Director, en empresas como Esri España, Atos Origin ó Sun Microsystems.

Joaquín Sánchez
Psicólogo Industrial por la UCM.
Profesor de Esic Corporate Education
Anteriormente Técnico de desarrollo de personas en Banesto. Consultor en Consultores Ares y Asociados. Consultor en GMC Group. Consultor en Desarrollo Organizacional. Socio director en Evoluziona, aprendizaje y consultoría.

Isabel Villares
Psicóloga Industrial por la UCM. PIDD por ESIC
Profesora de Esic Corporate Education
Anteriormente, Coordinadora Académica del Executive MBA de Esic.
Directora de RR.HH Euromaster. Consultora Senior GMC Consultores

60 años

Innovando y formando profesionales globales para la empresa y el marketing. Fomentando el emprendimiento y la economía digital.

Fundada en 1965 ESIC tiene la misión de formar profesionales con valores éticos, que den respuesta a las necesidades de una organización y una sociedad en constante transformación. Nuestra alta vinculación con el entorno empresarial nos ha facilitado enlazar docencia y realidad empresarial, pudiendo dotar a todos los programas de la flexibilidad que permite a los profesionales que salen de nuestras aulas, estar realmente capacitados para enfrentarse a los retos de las organizaciones modernas, de forma, que afronten el futuro con posibilidades reales de éxito.

Llevamos seis décadas en las que hemos generado programas innovadores impartidos por un profesorado cualificado de excelente perfil académico, probada experiencia docente y reconocida trayectoria profesional. Promovemos un elevado número de actividades donde contamos con la presencia de relevantes miembros de la empresa: conferencias, foros, **masterclasses**, **practice days**, etc.

¿Por qué en ESIC?

1. Formación intensiva y exclusiva para perfiles directivos.
2. Tiempo reducido y horario profesional.
3. Consolida e impulsa tu carrera directiva.
4. Número máximo de participantes programa de 25 personas.
5. Abilities Networking, Retos y Co-learning fomentar relaciones y trabajo en equipo.
6. Claustro formado por directivos en activo de las principales compañías.

+80.000 Antiguos alumnos

12 Campus en España y alianzas estratégicas en 5 continentes

Acuerdos con +145 universidades en 4 continentes

Primeras posiciones en rankings empresariales

5 ÁREAS
Universidad
Postgrado
Ciclos formativos (CFGS)
ESIC Corporate Education
Formación ONLINE

AMPLIA INFORMACIÓN Y VISÍTANOS EN EL CAMPUS DE ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Av. Juan XXIII, 12
28224 Pozuelo de Alarcón, Madrid

PIDE INFORMACIÓN AL EQUIPO ESIC CORPORATE EDUCATION O FUNDOS PARA QUE PUEDAN PROFUNDIZAR EN TUS NECESIDADES DE FORMACIÓN.

Antonio Salcedo
Director del Programa
de ESIC

ESCRÍBEME A ANTONIO.SALCEDO@ESIC.EDU O SI LO PREFIERES, LLÁMAME AL [+34] 663 89 68 82
EN BREVE ME PONDRÉ EN CONTACTO CONTIGO

Adrian Abad
Director de Soporte y Entorno
Rentable de FUNDOS

ESCRÍBEME A ADRIAN.ABAD@FUNDOS.ES O SI LO PREFIERES, LLÁMAME AL [+34] 663 89 68 82
EN BREVE ME PONDRÉ EN CONTACTO CONTIGO

FUNDOS | ESIC Business & Marketing School

ESIC CORPORATE EDUCATION
+34 663 89 68 82
antonio.salcedo@esic.edu
Av. Juan XXIII, 12
28224 Pozuelo de Alarcón, Madrid

FUNDOS SCHOOL
+34 618 36 27 68
adrian.abad@fundos.es
Av. Padre Isla, 8
24002 León

NOVIEMBRE 2025