Catálogo

Gestión de empresas y organizaciones

2025

avance bioformación

PROGRAMA DE GESTIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES (NEUROMANAGEMENT)

Este completo programa abarca un gran número de campos posibles para la administración y gestión de organizaciones con cuatro aspectos diferenciadores de otros programas:

- La demostración empírica de lo que enunciamos en base a los estudios del cerebro.
- El carácter modular e intercambiable de nuestros cursos ya que cada ítem tiene la suficiente estanqueidad para formar cursos “ad hoc” en función de las necesidades del cliente.
- La vocación práctica de las formaciones consiguiendo que las ¾ partes de sus contenidos lo constituyan dinámicas vivenciales.
- La visión innovadora ya que cada año incorporamos nuevos estudios y cursos que amplían nuestro catálogo.

Índice

LAS EMOCIONES EN LA ORGANIZACIÓN

1.1 EL CEREBRO EMOCIONAL
1.1.1 Emociones y sentimientos: Una cuestión de equilibrio
1.1.2 La rivalidad cognición-emoción
1.1.3 Funciones de las emociones
1.1.4 La memoria emocional
1.1.5 La atención impulsada por recompensas
1.1.6 La clave de la felicidad desde la neurociencia
1.1.7 La felicidad en el trabajo
1.1.8 Biología de la emoción
1.1.9 El control cerebral de la expresión emocional
1.1.10 Psicología y fisiología del estrés y la ansiedad
1.1.11 El secuestro emocional
1.1.12 Bases cerebrales de la emoción. El sistema límbico
1.1.13 Emociones primarias y secundarias

1.2 INTELIGENCIA INTRAPERSONAL EN EL TRABAJO

Habilidades intrapersonales aplicadas: "El "yo mismo" (1)
1.2.1 El autocontrol de las emociones
1.2.2 El control de los impulsos: La demora en la gratificación
1.2.3 Inteligencia emocional en el trabajo

Habilidades intrapersonales aplicadas: "El "yo mismo" (2)
1.2.4 Identidad: La clave para la expansión
1.2.5 Mis fortalezas y áreas de mejora
1.2.6 ¿Cómo hacer introspección?
1.2.7 El autoconocimiento del líder
1.2.8 Autoestima, seguridad y poder personal

Habilidades intrapersonales aplicadas : "El "yo mismo" (3)
1.2.9 El valor de adaptarse al cambio
1.2.9 A Adaptación al puesto de trabajo
1.2.10 Cambio y liderazgo en un entorno V.U.C.A
1.2.11 Qué nos dice el cerebro

Habilidades intrapersonales aplicadas: "El "yo mismo" (4)
1.2.13 Creatividad e innovación
1.2.14 Técnicas de creatividad
1.2.15 Creatividad en el trabajo

Habilidades intrapersonales aplicadas"El "yo mismo" (5)
1.2.16 El optimismo como habilidad intrapersonal
1.2.17 El liderazgo optimista

Habilidades intrapersonales aplicadas : "El "yo mismo" (6)
1.2.18 Resiliencia. Crecer desde la adversidad
1.2.19 Residencia aplicada a la empresa
1.2.20 Persistencia y disciplina
1.2.21 El poder de la gratificación retrasada

Habilidades intrapersonales aplicadas : "El "yo mismo" (7)
1.2.22 La empatía. Entenderla para entender a los demás
1.2.23 Mi empatía en la empresa

1.3 EL AUTOCONOCIMIENTO

1.3.1 Mi tipo de cerebro para el liderazgo. Dominancia cerebral
1.3.2 Neuromitos del cambio
1.3.4 Neurogénesis y plasticidad para el cambio
1.3.5 El cerebro creativo. ¿cuál es mi tipo de cerebro creativo?
1.3.6 Vencer las adversidades y cerebro
1.3.7 Bases cerebrales de la empatía: las neuronas espejo

1.4 INTELIGENCIA INTRAPERSONAL EN EL TRABAJO

Habilidades sociales (1): Generalidades

1.4.1 Qué son las competencias sociales y para que sirven
1.4.2 La timidez y la percepción de bienestar subjetivo.
1.4.3 La adptación hedonista en el trabajo
1.4.4 Entrenamiento en habilidades sociales
1.4.5 La gestión de la amabilidad
1.4.6 Comunicarse con personas altamente sensibles (P.A.S)
1.4.7 Habilidades sociales y empresa

Habilidades sociales (2): Comunicación no verbal

1.4.8 La comunicación no verbal. Tipos y características
- **1.4.8.1** Kinésica
- **1.4.8.2** Proxémica
- **1.4.8.3** Cronémica
- **1.4.8.4** El paralenguaje

1.4.9 El poder de los silencios
1.4.10 Descubrir la mentira
1.4.10 Cómo detectar mentiras y engaños a través del lenguaje corporal

Habilidades sociales (3): Comunicación verbal. Dar y recibir feedback

1.4.11 Comunicación verbal
1.4.12 Las técnicas de persuasión infalibles
1.4.13 Cómo hablar y presentar en publico
1.4.14 Comunicación en el trabajo
1.4.15 Dar y recibior feecback
1.4.16 La comunicación y el feedback en el trabajo

Habilidades sociales (4): La escucha activa

1.4.17 La escucha activa
1.4.18 La escucha activa y los mensajes del “YO”
1.4.19 La escucha reflexiva
1.4.20 La escucha activa en el trabajo

Habilidades sociales (5): La asertividad

1.4.21 La asertividad, ¿qué es?
1.4.22 Saber decir que “NO”
1.4.23 La comunicación no violenta
1.4.24 La asertividad y el control de los impulsos
1.4.25 Los estilos asertivo, pasivo-agresivo, pasivo y agresivo
1.4.26 Asertividad y resolución de conflictos
1.4.27 La asertividad en el trabajo

1.5 NEUROCIENCIA DE LAS HABILIDADES SOCIALES

1.5.28 Desarrollo y trastornos de las habilidades sociales
1.5.29 Las redes neuronales sociales
1.5.30 La influencia de las hormonas en las conductas sociales
1.5.31 El efecto manada
1.5.32 Las areas de Broca y Wernicke del lenguaje. Las afasias
1.5.33 El mecanismo físico de la sincronía cerebral en las relaciones

1.6. SÍNDROME DEL QUEMADO. EL BURNOUT

2. LA GESTIÓN DEL TIEMPO EN EL TRABAJO

2.1 GESTIÓN DEL TIEMPO. GENERALIDADES

2.1.1 El dominio del tiempo
2.1.2 El valor del tiempo y otras variables
2.1.3 Planificación y gestión del tiempo
2.1.4 Gestión del tiempo y productividad
2.1.5 Procrastinación

2.2 GESTIÓN DE REUNIONES

2.2.1 Pasos para preparar una reunión
2.2.2 ¿Por qué a la gente no le gustan las reuniones? Evitar la sensación de pérdida de tiempo
2.2.3 Cómo dirigir reuniones de trabajo
2.2.4 Los factores desastrosos de las reuniones
2.2.5 Cómo dirigir distintos tipos de reuniones
2.2.6 ¿Qué hacer si hay un elefante en la reunión?
2.2.7 El escepticismo en las reuniones de trabajo
2.2.8 Las entrevistas, otra forma de ruinirse
2.2.9 Las reuniones contigo mismo

2.3 LA DELEGACIÓN

2.3.1 Delegar y supervisar
2.2.2 Los tres niveles de delegación
2.3.3 Los mitos que bloquean la delegación
2.3.4 La gestión por excepción
2.3.5 La gestión por objetivos
2.3.6 Estrategias para una delegación eficaz
2.3.7 Delegación y eficiencia en las reuniones
2.3.8 Delega y aumenta tu productividad
2.3.9 La determinación de las áreas de resultados clave
2.3.10 La fijación de estándares de rendimiento excelente
2.3.11 El proceso de delegación del directivo
2.3.12 La delegación inversa

2.4 GESTIÓN DEL TIEMPO. NEUROCIENCIA

2.4.1 Terapia de la línea del tiempo
2.4.2 Aplicación de la teoría de Pareto
2.4.3 La procrastinación en las organizaciones
2.4.4 Neurociencia aplicada a las técnicas de reuniones
2.4.5 Neurociencia y reuniones de empresa
2.4.6 Estímulos, atención y reuniones
2.4.7 Cómo delegar desde los hemisferios cerebrales

3. PROGRAMACIÓN NEUROLINGUISTICA Y EMPRESA

3.1 PROGRAMACIÓN

3.1.1 Desaprender para aprender
3.1.2 Percepciones y realidad. Las posiciones perceptivas
3.1.3 ¿El cerebro construye la realidad?
3.1.4 Los niveles lógicos del ser humano
3.1.5 Como se formulan deseos y objetivos
3.1.6 Transformar el cerebro
3.1.7 Introducción al lenguaje hipnótico
3.1.8 Técnicas para reprogramar su cerebro

3.2 NEURO

3.2.1 Somos ondas o partículas
3.2.2 El Cerebro holístico. Todo es un sistema
3.2.3 Las principales leyes sistémicas
3.2.4 Los tres cerebros de Mc Lean
3.2.5 Las neuronas espejo y la empatía
3.2.6 ¿Qué es la Neuróbica?
3.2.7 Generación de sintonía y cerebro

3.3 LINGÜÍSTICA

3.3.1 Comunicación digital y comunicación analógica
3.3.2 El Mapa no es el territorio
3.3.3 Componentes de la conducta comunicativa
3.3.4 Las premisas de la Comunicación
3.3.5 El circuito de la Comunicación
3.3.6 Los sistemas representacionales
3.3.7 Detección de mentiras desde los sistemas representacionales
3.3.8 El Metamodelo del lenguaje
3.3.9 Los Metamensajes
3.3.10 Cómo adquirir persuasión en influencia
3.3.11 Anclajes y fobias en el trabajo

3.4 PNL APLICADO A LA EMPRESA

3.4.1 ¿Qué son la Visión, Misión, Objetivos y Valores de una empresa?
3.4.2 El valor del significado
3.4.3 La generación de sintonía en la prestación laboral
3.4.4 Los metaprogramas en la gestión de equipos más convenientes
3.4.5 La gestión del cambio y las creencias
3.4.6 PNL para la excelencia del líder: Las mentiras sobre el éxito
3.4.7 Las 10 emociones de poder
3.4.8 Reprogramando los metaprogramas y las creencias limitantes del líder
3.4.9 Levando las anclas mentales del líder

4. LA MOTIVACIÓN DEL LÍDER Y LOS EQUIPOS

4.1 LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA Y EXTRÍNSECA

4.1.2 Necesidades y Motivación
4.1.3 Los tres pilares de la motivación: Impulso, incentivo y homeostasis
4.1.4 Motivación y expectativas

4.2 MOTIVACIÓN Y AUTOMOTIVACIÓN. ¿ES LO MISMO?.

4.2.1 La Indefención aprendida
4.2.2 La conducta inmotivada
4.1.3 Cómo estimular la motivación del logro en uno mismo y los demás
4.1.4 La desmotivación y la ausencia de motivación
4.1.5 Los enemigos de la motivación
4.1.6 Recuperar la motivación

4.3. MOTIVACIÓN DEL PERSONAL

4.3.1 Gestión y motivación del personal: Empleados motivados, empleados productivos
4.3.2 Motivación y productividad
4.3.3 De la motivación a la gestión del compromiso
4.3.4 El Compromiso en el trabajo
4.3.5 Motivación y compromiso para trabajar en equipo
4.3.6 Técnicas para desarrollar la motivación al logro en tu equipo
4.3.7 El extrañamiento en el trabajo como fuente de desmotivación
4.3.8 Motivación hacia el trabajo y diseño de puestos
4.3.9 Los incentivos y la motivación
4.3.10 El modelo SCARF de motivación
4.3.11 La ética en la motivación

4.4 NEUROCIENCIA DE LA MOTIVACIÓN

4.4.1 El placer y la recompensa: El papel de la dopamina
4.4.2 Los sistemas cerebrales de recompensa y aversión a la pérdida
4.4.3 Motivación apetitiva, motivación aversiva
4.4.4 La motivación biológica y la motivación sociocognitiva
4.4.5 Bases cerebrales de la motivación: refuerzo y adicción
4.4.6 El dinero como adicción
4.4.7 La motivación inconsciente
4.4.8 Cómo motivar desde los hemisferios

5. COACHING DE EQUIPOS

5.1 COACHING Y NEUROCIENCIA: EXPLORAR EL PRESENTE Y DISEÑAR EL FUTURO

5.2 COACHING DEL CEREBRO

5.2.1 Metáforas del cerebro. Mitos que deben de desaparecer
5.2.2 ¿Cómo nos enfadamos y discutimos con nosotros mismos?
5.2.3 ¿Cómo creamos y cambiamos los hábitos?
5.2.4 ¿Cómo hace nuestro cerebro para crear las experiencias del mundo?
5.2.5 El cerebro material
5.2.6 La neuroplasticidad y el cambio
5.2.7 Pensamientos. trucos y trampas. Los sesgos cognitivos
5.2.8 Aplicaciones para el coaching de los sesgos cognitivos
5.2.9 El efecto priming
5.2.10 El sistema 1 y el sistema 2 cerebrales
5.2.11 Neurociencia de la emoción y su aplicación al coaching de equipos
5.2.12 El marcador somático
5.2.13 El secuestro de la amígdala
5.2.14 El dilema del tranvía
5.2.15 Inteligencia emocional aplicada al coaching
5.2.16 La toma de decisiones. Aplicaciones al coaching de equipos
5.2.17 Los marcadores somáticos en la toma de decisiones empresariales
5.2.18 Las presiones sociales en la toma de decisiones
5.2.19 El descuento por demora y la fatiga de la decisión
5.2.20 Neurociencia de la memoria, aprendizaje y la recompensa aplicada al coaching de equipos
5.2.21 El papel de la dopamina en el aprendizaje y las expectativas
5.2.22 Neurociencia de la memoria y su aplicación al coaching de equipos
5.2.23 El efecto priming por medio de preguntas
5.2.24 Los modelos mentales
5.2.25 Las creencias potenciadoras y limitantes
5.2.26 Predecir y modificar. Una visión desde nuestro cerebro
5.2.27 Aplicaciones de los modelos mentales al coaching de equipos
5.2.28 Neurociencia de los “debería”
5.2.29 El cerebro social y el Coaching
5.2.30 Las neuronas espejo y la empatía
5.2.31 Las barreras de la empatía
5.2.32 La teoría de la Mente
5.2.33 El cerebro del líder y el coaching
5.2.34 Los sesgos inconscientes
5.2.35 Mi sentido de la identidad
5.2.36 El efecto golosina
5.2.37 La fatiga del EGO
5.2.38 El directivo como coach
5.2.39 El cerebro visualizador
5.2.40 El estado deseado

5.3 CIENCIA DE LOS OBJETIVOS: DEL ESTADO ACTUAL AL ESTADO DESEADO

5.3.1 El modelo S.M.A.R.T de definición de objetivos
5.3.2 El establecimiento de un plan de acción
5.3.3 Gestión de proyectos
5.3.4 Orientación al logro y plan de acción

5.4 EL ITINERARIO DEL COACHING DE EQUIPOS

5.5 EL COACHING EMPRESARIAL Y DE LOS NEGOCIOS

6. COMUNICACIÓN

6.1 COMUNICACIÓN APLICADA

6.1.1 La comunicación en las relaciones interpersonales
6.1.2 El lenguaje del cuerpo
6.1.3 La formación de la primera impresión
6.1.4 La Comunicación asertiva en el trabajo
6.1.5 Hablar en público. El miedo escénico
6.1.6 Técnicas de persuasión
6.1.7 El feedback constructivo
6.1.8 La comunicación no violenta en las relaciones de trabajo
6.1.9 Elevator Pitch: Comunicarse en dos minutos
6.1.10 La escucha activa en la comunicación
6.1.11 Técnicas de comunicación eficaz

6.2 NEUROCIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

6.2.1 Áreas cerebrales del lenguaje
6.2.2 Neurobiología de la mentira. Cómo detectarlas a través del lenguaje no verbal
6.2.3 Realización audiovisual y neurociencia
6.2.4 Aportes de la neurociencia para mejorar la comunicación
6.2.5 El poder de la palabra y el cerebro
6.2.6 La atención al cliente

7. LA TOMA DE DECISIONES

7.1. PARTE GENERAL

7.1.1 La toma de deciciones. Introducción
7.1.2 La toma de decisiones financieras
7.1.3 La toma de decisiones en la empresa
7.1.4 Anális de problemas y toma de decisiones
7.1.5 Realidades y percepciones. Los sesgos cognitivos
7.1.6 La fatiga de la decisión y la fuerza de voluntad
7.1.7 Control ejecutivo: toma de decisiones, razonamiento y resolución de problemas
7.1.8 El efecto de la motivación en la toma de decisiones
7.1.9 Delegar la toma de decisiones
7.1.10 Toma de decisions creativas

7.2 NEUROECONOMÍA

7.2.1 Los sistemas cerebrales 1 y 2 en la toma de decisiones
7.2.2 Toma de decisiones desde los hemisferios cerebrales
7.2.3 Los circuitos cerebrales de recompensa y de aversión a la pérdida
7.2.4 El equilibrio entre el sistema de recompensa y el de aversión a la pérdida como origen de la toma de decisiones
7.2.5 La zona de confort y la aversión a la pérdida
7.2.6 La teoría de los tres cerebros
7.2.7 La testosterona y el riesgo
7.2.8 tolerancia al riesgo y su papel en las decisiones económicas
7.2.9 Los aspectos hormonales en la toma de decisiones
7.2.10 Mecanismos cerebrales en la toma de decisiones financieras

8. ÉTICA EMPRESARIAL

8.1 EL CEREBRO MORAL
8.1.2 Gratitud, altruismo y compasión
8.1.3 Saber perdonar
8.1.4 Lo justo y lo ético
8.1.5 Sentido de la ética, culpa y autoestima

8.2 LA ÉTICA EN LOS NEGOCIOS
8.2.1 La ética del líder y la autoridad moral
8.2.2 La ética en la motivación
8.2.3 Los dilemas que suceden en la empresa
8.2.4 La ética de la justicia y la resolución de conflictos en el trabajo
8.2.5 La ética en la negociación
8.2.6 Las tácticas ambiguas en la negociación
8.2.7 Las manipulaciones en los negocios

8.3 LA GENÉTICA DE LA CONDUCTA

8.4 ¿QUÉ ES LA NEUROÉTICA?

9. LIDERAZGO Y GESTIÓN DE EQUIPOS

9.1 PARTE GENERAL
9.1.1 Liderazgo creativo
9.1.2 La obsesión del perfeccionismo
9.1.3 El incosciente en el trabajo
9.1.4 La empresa como sistema
9.1.5 ¿Por qué tu equipo no te escucha?
9.1.6 Gestión de equipos desde el neuroliderazgo
9.1.8 Las entrevistas por competencias blandas
9.1.9 El conflicto en los equipos de trabajo
9.1.10 El liderazgo y las incompresión del equipo: Los cuatro tipos de personalidades

9.2 LIDERAZGO INSPIRADOR
9.2.1 Cómo inspirar confianza
9.2.2 La búsqueda de sentido en el trabajo
9.2.3 La brújula personal
9.2.4 Visión, Misión y Valores indivuduales
9.2.5 Visión, Misión y Valores organizacionales
9.2.6 La conciliación de valores. Una apuesta hacia el éxito
9.2.7 La orientación al logro

9.3 NEUROCIENCIA DEL LIDERAZGO
9.3.1 ¿Qué es el neuroliderazgo
9.3.2 El cerebro del líder y su genética.
9.3.4 Los elementos químicos que modulan la conducta del líder
9.3.5 Las cualidades indispensables de un líder. La importancia del tipo de apego
9.3.6 El aspecto facial del directivo
9.3.7 Ejercicios dese la neurociencia para vencer el estrés
9.3.8 Neurociencia aplicada a la negociación
9.3.9 Neuroliderazgo aplicado a discursos y presentaciones
9.3.10 Neurobiología aplicada a la resolución de conflcitos

9.4 INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

9.4.1 Competencias conceptuales
9.4.2 Solución de problemas
9.4.3 Planificación estratégica
9.4.4 La influencia de la visión en la planificación estratégica
9.4.5 Cómo presentar una visión estratégica ilusionante

10. NEUROMARKETING Y NEUROVENTAS

A) NEUROMARKETING

10.1 NEUROMARKETING APLICADO AL LANZAMIENTO DE PRODUCTOS

10.1.1 Las necesidades de los consumidores y la pirámide de Maslow
10.1.2 El hipotálamo ¿Qué es una necesidad para el cerebro?
10.1.3 ¿Cómo es el proceso cerebral de creación de necesidades?
10.1.4 La curiosidad como una necesidad más y la aplicación en marketing
10.1.5 Posicionamiento de productos orientado a las necesidades de los consumidores

10.2 NEUROMARKETING DIRIGIDO AL POSICIONAMIENTO DE MARCAS

10.2.1 La marca y los procesos de atención, memoria y aprendizaje
10.2.2 El papel de la marca en la elección del producto
10.2.3 La fidelización en la marca y la adaptación hedónica

10.3 NEUROCIENCIA DEL CONSUMO

10.3.1 El sistema cerebral de aversión a la pérdida como freno al consumo
10.3.2 El sistema de recompensa cerebral y el proceso de compra
10.3.3 El mercadeo del instinto
10.3.4 Radiografía del consumidor.
10.3.5 El cerebro del comprador y del vendedor. La teoría de los 3 cerebros
10.3.6 La teoría del daño reversible al consumidor
10.3.7 Fundamentos neurológicos del proceso de decidir. “El punto S”
10.3.8 El valor de la metáfora y las percepciones sensoriales en la decisión de compra
10.3.9 El inconsciente colectivo

10.4 NEUROCIENCIA Y PRODUCTO

10.4.1 El valor simbólico de los productos**1**
10.4.2 El insight

10.5 LA APLICACIÓN DEL NEUROINSIGHT A LA INNOVACIÓN

B) NEUROVENTAS

10.5 MOTIVAR A LAS FUERZAS DE VENTAS. EL PLAN DE MOTIVACIÓN

10.6 COACHING DE VENTAS

10.7 ¿QUÉ ES EL TARGET EN NEUROVENTAS?

10.7.1 Herramientas de neuromarketing para analizar el target

10.8 VENTAS CON PNL

10.8.1 El diseño del proceso de venta desde la neurociencia
10.8.2 El lenguaje de la mente. La duplicación
10.8.3 Pautas de compra
10.8.4 La creación de acción mediante las palabras

10.9 DIFERENCIA ENTRE VENTAS Y NEUROVENTAS

10.10 EL PROCESO DE DECISIÓN EN LAS VENTAS

10.11 EL VENDEDOR EXCELENTE

10.12 DIRIGIR VENDEDORES
10.12.1 Definición de roles y áreas de trabajo
10.12.2 El vendedor asesor
10.12.3 La cuantificación de los resultados
10.12.4 Vender o fidelizar
10.12.5 La gestión de equipos de ventas
10.12.6 Liderazgo y toma de decisiones en los equipos de ventas

11. TÉCNICAS DE RELAJACIÓN, MEDITACIÓN Y MIDFULNESS

13.1 TÉCNICAS DE RESPIRACIÓN

13.2 OTRAS TÉCNICAS DE RELAJACIÓN

13.3 LA PRÁCTICA DE LA MEDITACIÓN

13.4 LA PRÁCTICA DEL MINDFULNESS

13.5 NEUROCIENCIA DE LA MEDITACIÓN
13.5.1 Meditación y cerebro
13.5.2 Los procesos inconscientes
13.5.3 Las emociones
13.5.4 Percepciones y realidades
13.5.5 El YO y el EGO
13.5.6 Justicia, responsabilidad y libre albedrío
13.5.7 Los diferentes estados de conciencia

13.6 NEUROCIENCIA DEL MINDFULNESS
13.6.1 ¿Qué es el Mindfulness?
13.6.2 El cerebro y los estados profundos
13.6.3 La gestión de la energía
13.6.4 La conexión mente-cuerpo
13.6.5 La persona resistente
13.6.6 La creación de un futuro mejor
13.6.7 Las entrañas de la experiencia interna

CLIENTES

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DEL INTERIOR

La Suma de Todos
Comunidad de Madrid
www.madrid.org

SaludMadrid
Hospital Universitario del Tajo
SaludMadrid
Hospital Universitario de La Princesa

Cruz Roja Española

sescam

enclave de avance
CENTRO ESPECIAL DE EMPLEO

Ayuntamiento de
Las Rozas

AVIVA

¡MADRID!
cifse
CENTRO INTEGRAL DE FORMACIÓN DE SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

FMM
FEDERACION DE MUNICIPIOS DE MADRID

AYUNTAMIENTO DE MAJADAHONDA (MADRID)

Ayuntamiento de Alcorcón

Ayuntamiento de Coslada

MM

CAF
TAJO
ALAMEDA

Ayuntamiento de ALCOBENDAS

AYUNTAMIENTO DE
San Sebastián de los Reyes

STANDARD &POOR'S

PROTECCION CIVIL ESPAÑA

RFEF
REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FUTBOL

fundación san patricio

San Gabriel
JXP
Pasionistas

Fraternidad
Muprespa

A·E·L·M·A
ASOCIACION DE EMPRESARIOS DE LIMPIEZA DE MADRID

MacroLibros

GOBIERNO de CANTABRIA
CONSEJERIA DE PRESIDENCIA Y JUSTICIA
CEARC

DédaloServiciosCorporativos
DédaloHeliocolor

Hospital General de Almansa

randstad

Canal de Isabel II

Telefónica

Masercisa

Hospital Universitario Guadalajara

Los Cucos
CENTRO DE EDUCACIÓN INFANTIL

Cámara
MADRID

MediaMarkt

GERENCIA DE ATENCIÓN INTEGRADA DE VILLARROBLEDO

SaludMadrid
Hospital Universitario Puerta de Hierro Majadahonda

SaludMadrid
Hospital Universitario de Fuenlabrada

aristocrazy

VOLVO

AirEuropa

Sacyl

Avance Bioformación
C/ Madrid, 19, Local 2
28912. Leganés

Contacto:
91 688 12 17 - 635 954 129 - 677 431 795
avance@bioformacion.es | www.bioformacion.es