



## Curso Online de **Morfopsicología aplicada a Comercial y Ventas: “Vender por la Cara”**

*Conocimientos prácticos para saber cómo influye el estudio del rostro en los procesos comerciales y de ventas y cómo aplicarlos de forma eficaz e inmediata.*

**ARGENTINA**  
(54) 1159839543

**BOLÍVIA**  
(591) 22427186

**COLOMBIA**  
(57) 15085369

**CHILE**  
(56) 225708571

**COSTA RICA**  
(34) 932721366

**EL SALVADOR**  
(503) 21366505

**MÉXICO**  
(52) 5546319899

  
**Iniciativas Empresariales**  
*| estrategias de formación*



[atcliente@iniciativasempresariales.edu.es](mailto:atcliente@iniciativasempresariales.edu.es)  
[america.iniciativasempresariales.com](http://america.iniciativasempresariales.com)  
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp  
(34) 601615098

**PERÚ**  
(51) 17007907

**PANAMÁ**  
(507) 8338513

**PUERTO RICO**  
(1) 7879457491

**REP. DOMINICANA**  
(1) 8299566921

**URUGUAY**  
(34) 932721366

**VENEZUELA**  
(34) 932721366

**ESPAÑA**  
(34) 932721366

# Morfopsicología aplicada a Comercial y Ventas: “Vender por la Cara”

## Presentación

Vivimos en un mundo con un proceso de cambio continuo, con un entorno exigente y muy competitivo, en el cual todo es para ayer. El contacto de los comerciales con sus jefes, colaboradores y sobre todo con los clientes o prospectos, cada vez se ve más reducido en encuentros “cara a cara” debido a la utilización de las nuevas tecnologías para la comunicación y a la reducción por reestructuración de la fuerza de ventas.

En este contexto de contactos directos reducidos en tiempo y periodicidad entre comercial y cliente, la morfopsicología aplicada aporta una herramienta finalista para potenciar las competencias personales y las habilidades interpersonales ya que su conocimiento nos proporciona un doble objetivo, por un lado un método práctico y didáctico que nos permitirá, desde el inicio de una entrevista, conocer y comprender mejor la personalidad de nuestro cliente, ganar su confianza y poder convencerle sobre nuestro producto o servicio con mensajes y argumentos adaptados a su personalidad y, por otra parte, un mejor conocimiento de nuestras propias motivaciones y comportamiento, aumentando así nuestra seguridad y confianza.

Este curso aporta un aprendizaje didáctico y realista con un enfoque eminentemente práctico y que, personalmente, su conocimiento y aplicación me ha permitido constatar su eficacia durante más de veinte años como profesional de ventas, pudiendo afirmar sin duda alguna que su aprendizaje es un cambio de paradigma comercial.

## La Educación On-line

Con más de 25 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

# Morfopsicología aplicada a Comercial y Ventas: “Vender por la Cara”

## Método de Enseñanza

El curso se realiza online a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo su contenido (manual de estudio, material complementario, ejercicios de aprendizaje, bibliografía...) pudiendo descargárselo para que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta. En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible. Ponemos además a su disposición un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

Podrá también descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

El curso incluye:



## Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **60 horas** distribuidas en 7 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

### Manual de Estudio

Los 7 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

# Morfopsicología aplicada a Comercial y Ventas: “Vender por la Cara”

## Este curso le permitirá saber y conocer:

---

- Cómo identificar los rasgos más relevantes de la personalidad de un cliente en base a su abertura al medio, sus motivaciones reales, su forma de adaptación y su tolerancia al estrés.
- Cómo identificar los cuatro movimientos biológicos de los receptores de un cliente para conocer su forma de percibir y expresarse y poder entablar una comunicación efectiva.
- Cómo detectar los cuatro movimientos biológicos del marco óseo de un cliente para conocer y comprender por anticipado sus motivaciones reales, que en función del movimiento biológico dominante, le generarán comportamientos específicos de búsqueda de seguridad, de poder, de reto o de control de sus necesidades.
- Cómo ganar la confianza de nuestro cliente para así poder convencerle de nuestra propuesta con argumentos que incidan en su personalidad.
- Cómo identificar las oposiciones de movimientos biológicos entre el marco óseo y los receptores para conocer y comprender la capacidad de concentración o de dispersión, y los comportamientos de aquellos clientes con dos personalidades en una.
- Cómo distinguir el grado de carnosidad, tonicidad y formas del modelado del rostro de un cliente para conocer y comprender su grado de paciencia y tolerancia o agresividad e intransigencia hacia los demás, su forma de adaptación a las situaciones y la forma de gestionar el estrés.
- Cómo aplicar la metodología aprendida en el presente curso y poder crear un mapa mental para ganar la confianza de un cliente y poder argumentar con propuestas a medida para convencerle y fidelizarle.

“ Conocer desde el inicio de una entrevista la personalidad de nuestros clientes a través de los rasgos más relevantes de su rostro, nos permitirá ganar un tiempo valioso y establecer una relación de confianza duradera y de valor añadido profesional”

## Dirigido a:

---

Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Delegados Comerciales, Vendedores y, en general, a todas aquellas personas que quieran mejorar los resultados de ventas de su empresa aplicando los conocimientos prácticos que la morfopsicología les puede ofrecer.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. La observación del rostro

5 horas

La morfopsicología es una ciencia que combina la psicología, la biología y la fisiología y que nos permite comprender el carácter y la personalidad del individuo a través de su rostro. Entender las bases de la morfopsicología aplicada nos servirá para identificar los rasgos más relevantes de la personalidad de un cliente y poder convencerle con argumentos a medida, para ganar su fidelidad y confianza en nuestro producto o servicio.

#### 1.1. La morfopsicología aplicada:

- 1.1.1. ¿Somos todos iguales?
- 1.1.2. Bases de la morfopsicología aplicada.
- 1.1.3. Dos instintos de vida, dos conductas de vida.

#### 1.2. Tres grandes conjuntos:

- 1.2.1. Los receptores sensoriales: nuestras “herramientas” de contacto.
- 1.2.2. El marco óseo: las necesidades del cliente.
- 1.2.3. Las carnes del modelado: el grado de paciencia y tolerancia del cliente.

### MÓDULO 2. Los receptores sensoriales: cómo tratar a un cliente desde el inicio para ganar su confianza

10 horas

Los receptores sensoriales tienen la responsabilidad de la comunicación con el exterior (recepción-emisión). Conocer su morfología y psicología nos aportará una valiosa información para ganar la confianza del cliente al saber cómo entablar una conversación para que nos abra “sus puertas” y también cómo cerrarlas.

#### 2.1. Las funciones de cada receptor.

#### 2.2. Los cuatro movimientos biológicos y su significado psicológico:

- 2.2.1. Observados de frente:
  - 2.2.1.1. La dilatación: de la abertura a la tolerancia.
  - 2.2.1.2. La retracción: de la selectividad al cierre.
  - 2.2.1.3. Cómo tratarlos para ganar su confianza.
  - 2.2.1.4. Cómo tratarlos para cerrar la venta.
- 2.2.2. Observados de perfil:
  - 2.2.2.1. La contención: de la prudencia a la desconfianza.
  - 2.2.2.2. La proyección: de la curiosidad a la impaciencia.

## Morfopsicología aplicada a Comercial y Ventas: “Vender por la Cara”

2.2.2.3. Cómo tratarlos para ganar su confianza.

2.2.2.4. Cómo tratarlos para cerrar la venta.

### **2.3. La tonicidad de los receptores: la comunicación activa o pasiva**

2.3.1. Morfología de la tonicidad de los receptores y su significado.

2.3.2. La tonicidad por receptor sensorial y su significado:

2.3.2.1. Los ojos: percepción y expresión intelectual.

2.3.2.2. La nariz: percepción y expresión afectiva.

2.3.2.3. La boca: percepción y expresión física.

## **MÓDULO 3. El marco óseo: convencer a un cliente con argumentos adaptados a su personalidad**

10 horas

El marco óseo es la estructura de nuestra personalidad profunda. Nos informa del potencial de las necesidades primordiales de un individuo, de su rapidez de ritmo para satisfacerlas y de sus reservas de energías para conseguirlo.

A lo largo de este módulo conoceremos las motivaciones reales del cliente que, en función del movimiento biológico dominante, generarán comportamientos específicos de búsqueda de seguridad, poder, reto o control.

### **3.1. Su estructura y su observación:**

3.1.1. Instinto de expansión y conservación.

3.1.2. Su orientación hacia una dinámica de acción o control.

### **3.2. Los cuatro movimientos biológicos y su significado psicológico:**

3.2.1. Observados de frente:

3.2.1.1. La dilatación: la cantidad ante todo.

3.2.1.2. La retracción: la calidad ante todo.

3.2.1.3. Sus argumentos específicos para convencer a un cliente.

3.2.2. Observados de perfil:

3.2.2.1. La contención: el control ante todo.

3.2.2.2. La proyección: la acción ante todo.

3.2.2.3. Sus argumentos específicos para convencer a un cliente.

### **3.3. La tonicidad del marco óseo. Potencial energético innato:**

3.3.1. Marco tónico: descripción morfológica y psicológica.

3.3.2. Marco átono: descripción morfológica y psicológica.

## MÓDULO 4. Las tres zonas del rostro: la venta aplicada a la inteligencia racional, emocional, concreta

10 horas

El estudio de las tres zonas del rostro nos permitirá precisar en qué área las necesidades de un individuo se vivirán y expresarán con mayor comodidad y facilidad, pudiendo identificar de forma más precisa si nuestro interlocutor durante una transacción priorizará la racionalidad del proceso, si se dejará llevar por sus emociones o si sólo le importan los beneficios que pueda obtener.

- 4.1. La función de cada zona.
- 4.2. La observación de las tres zonas y sus dinámicas:
  - 4.2.1. Su dinámica vista de frente. Su volumen:
    - 4.2.1.1. Zona dominante de la personalidad.
  - 4.2.2. Su dinámica vista de perfil. El ritmo de acción:
    - 4.2.2.1. Equilibrio entre zonas.
    - 4.2.2.2. Diferencia de ritmo entre zonas.
- 4.3. La observación de la zona inferior para cerrar la venta.
- 4.4. Los 4 movimientos de la frente y su significado.

## MÓDULO 5. Las tendencias: oposición entre los mensajes para ganar la confianza del cliente y los argumentos de venta

10 horas

- 5.1. Los mensajes contradictorios:
  - 5.1.1. La tendencia concentrada. Morfología y comportamientos:
    - 5.1.1.1. Cómo ganar su confianza y preparar los argumentos de venta.
  - 5.1.2. La tendencia dispersa reaccionante. Morfología y comportamientos:
    - 5.1.2.1. Cómo ganar su confianza y preparar los argumentos de venta.
  - 5.1.3. La tendencia pendular. Morfología y comportamientos:
    - 5.1.3.1. Cómo ganar su confianza y preparar los argumentos de venta.
  - 5.1.4. La tendencia pendular inversa. Morfología y comportamientos:
    - 5.1.4.1. Cómo ganar su confianza y preparar los argumentos de venta.
- 5.2. Lo que dicen de sí mismos los individuos con tendencias.
- 5.3. Analogías de las tendencias.

## **MÓDULO 6. El modelado del rostro y su carnosidad: el grado de paciencia e intransigencia de un cliente**

**10 horas**

En morfopsicología el modelado del rostro es el “lugar de encuentro” entre nuestras fuerzas internas y el mundo exterior. El grado de carnosidad y tonicidad del modelado y las formas adquiridas en el rostro del cliente nos ayudará a conocer y comprender su grado de tolerancia o intransigencia hacia los demás, y su forma de adaptación y gestión del estrés ante contratiempos o imprevistos.

- 6.1. Su fisiología. Presiones internas vs externas.**
- 6.2. La tonicidad de las carnes y la gestión del estrés:**
  - 6.2.1 Tono de ataque. Morfología y comportamientos.
  - 6.2.2. Tono de sumisión. Morfología y comportamientos.
  - 6.2.3. Tono defensivo. Morfología y comportamientos.
- 6.3. La forma del modelado de las carnes: grado de sociabilidad y adaptación al entorno:**
  - 6.3.1. Cuatro tipos de modelado: cuatro formas de adaptación
    - 6.3.1.1. Adaptación fácil.
    - 6.3.1.2. Adaptación difícil.
    - 6.3.1.3. Adaptación diplomática.
    - 6.3.1.4. Adaptación conflictiva.
- 6.4. El modelado de la zona media: extroversión o introversión emocional.**
- 6.5. Tipos de inteligencia por el modelado de la frente.**

## **MÓDULO 7. La aplicación de los conocimientos adquiridos**

**5 horas**

- 7.1. Pautas para la observación de un rostro.**
- 7.2. Ejemplo práctico.**



# Morfopsicología aplicada a Comercial y Ventas: “Vender por la Cara”

## Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



### Josep Viñals

Diplomado en Morfopsicología y en Psicomorfología facial cuenta con más de 15 años de experiencia como docente en morfopsicología aplicada que, a través de la observación dinámica del rostro, permite conocer las motivaciones profundas de la personalidad y entender y comprender mejor nuestros propios comportamientos y los de los demás.

El autor y el equipo de tutores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

## Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **MORFOPSICOLOGIA APLICADA A COMERCIAL Y VENTAS: “Vender por la Cara”**.

