



**FAECYS**

FEDERACIÓN ARGENTINA DE EMPLEADOS  
DE COMERCIO Y SERVICIOS

SECRETARÍA  
DE CULTURA Y  
CAPACITACIÓN

**Inicia: 25 de octubre**

# **DESCIFRANDO EL ENIGMA DEL CONSUMIDOR: CLAVES PARA ENTENDER Y CONECTAR**

- Curso virtual
- Asincrónico y clases online
- 4 semanas
- Cupos limitados
- Inscripciones: hasta el 17/10
- Inicia: miércoles, 25 de octubre
- Finaliza: viernes, 24 de noviembre
- Requisitos: mayores de 18 años, conocimientos en PC

## **PROGRAMA**

### **INTRODUCCIÓN**

En un mundo cada vez más centrado en el consumidor, entender el comportamiento de los compradores es esencial para cualquier negocio, y especialmente para los empleados de comercio. El curso «Descifrando el enigma del consumidor: claves para entender y conectar» proporciona una introducción accesible y aplicable a este campo fascinante. Nos enfocamos en descubrir los secretos detrás de las decisiones de compra de los consumidores y en explorar el mundo emocional que impulsa sus elecciones. A través de la comprensión de estos procesos, se pueden diseñar estrategias comerciales más efectivas y personalizadas, mejorando la experiencia del cliente y, en consecuencia, las ventas.

## **OBJETIVO GENERAL**

El objetivo principal de este curso es equipar a los empleados de comercio con conocimientos y herramientas útiles sobre el comportamiento del consumidor. Al final de este curso, los participantes podrán identificar y comprender los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores, así como la importancia de las emociones en estas decisiones, y cómo aplicar esta comprensión en estrategias efectivas para incrementar las ventas. Además, se pretende fomentar una actitud de aprendizaje y apertura hacia las tendencias futuras en el comportamiento del consumidor.

## **TEMARIO**

El curso se divide en cuatro módulos en cada uno de los cuales se abordan temáticas relacionadas con el comportamiento del consumidor en sus distintos aspectos desde una perspectiva centrada en el punto de venta, considerando los distintos factores que inciden en sus decisiones.

### **MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

Tema 1: Qué es el comportamiento del consumidor y por qué es importante.  
Tema 2: Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.  
Tema 3: Introducción a la psicología del consumidor.

### **MÓDULO 2: ENTENDIENDO AL CONSUMIDOR Y EL IMPACTO DE LA SOCIEDAD Y LA CULTURA**

Tema 1: Exploración de las motivaciones y necesidades del consumidor.  
Tema 2: El impacto de la sociedad y la cultura en las decisiones de compra.  
Tema 3: La construcción de la identidad a través del consumo.

### **MÓDULO 3: QUÉ ES LO QUE SE PAGA CUANDO SE ESTÁ PAGANDO**

Tema 1: No sólo productos y servicios sino experiencias.  
Tema 2: Las emociones y su papel en las decisiones de compra.  
Tema 3: Empatía y acompañamiento en el proceso de compra.

### **MÓDULO 4: ESTRATEGIAS DE VENTA Y TENDENCIAS EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

Tema 1: El proceso de compra y cómo influir en cada etapa.  
Tema 2: Construyendo la lealtad del cliente y su importancia para aumentar las ventas.  
Tema 3: Innovaciones y tendencias futuras en el comportamiento del consumidor.

## METODOLOGÍA

La metodología del curso se basa en una modalidad virtual que combina elementos asincrónicos con clases en vivo a través de Zoom. A lo largo de 4 semanas, los participantes tendrán acceso a contenidos en nuestro campus virtual que incluyen material de lectura y audiovisual. Además, se ofrecerá una clase online semanal de carácter participativo.

## CRONOGRAMA

Fecha	Actividad	Modalidad
25-oct	Carga del módulo 1	Asincrónico
26-oct	Clase Zoom	19 a 21 h
30-oct	Carga del módulo 2	Asincrónico
02-nov	Clase Zoom	19 a 21 h
06-nov	Carga del módulo 3	Asincrónico
09-nov	Clase Zoom	19 a 21 h
13-nov	Carga del módulo 4	Asincrónico
16-nov	Clase Zoom	19 a 21 h

## CAPACITADOR

### Juan Escobar



Es investigador independiente y escritor. Se especializa en temas de consumo y responsabilidad social empresarial. Ha desarrollado distintas funciones en organizaciones del Estado y de la sociedad civil. Participó en diversas publicaciones colectivas. Es autor del libro "Peronismo para consumidores" y otros textos sobre consumo y ciudadanía y es coautor del libro "Hacia una democracia socialmente responsable".