

**Foto 1**

Atención comercial y relación con el cliente: el trabajo en espacios de venta requiere comprender necesidades, orientar la compra y fortalecer el vínculo con cada cliente.

**Foto 2**

Exhibición y merchandising: la organización de productos, precios y promociones en góndolas influye en la visibilidad, la experiencia de compra y el rendimiento del punto de venta.

**Foto 3**

Gestión de stock y operaciones: el control ordenado de mercadería permite conocer existencias, reducir faltantes y sostener una operación comercial eficiente.

**Foto 4**

Análisis de resultados comerciales: el seguimiento de ventas, costos, rentabilidad e indicadores ayuda a evaluar el desempeño y tomar decisiones basadas en datos.

**Foto 5**

Planificación y estrategia: los equipos comerciales analizan información, objetivos y oportunidades para diseñar acciones de venta y marketing más efectivas.

**Foto 6**

Negociación comercial: una venta profesional incluye escucha, comunicación, presentación de propuestas y búsqueda de acuerdos beneficiosos para ambas partes.



Foto 7

Capacitación del equipo de ventas: la formación continua mejora técnicas de atención, argumentación, liderazgo, motivación y cumplimiento de objetivos comerciales.



Foto 8

Logística y aprovisionamiento: la coordinación entre personas, inventario y proveedores permite asegurar disponibilidad de productos y continuidad en la cadena de abastecimiento.

**Foto 9**

Gestión del punto de venta: la selección, presentación y reposición de productos forman parte de la experiencia del cliente y de la estrategia promocional del comercio.

**Foto 10**

Gestión económica y financiera: interpretar reportes, tendencias y resultados permite relacionar las decisiones de ventas con la rentabilidad y la planificación de la empresa.