



# COMÉRCIO



INSTITUTO DO EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL



## FICHA TÉCNICA

### Editor

INSTITUTO DO EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL, I.P.

### Concepção e Elaboração

DEPARTAMENTO DE EMPREGO

Direcção de Serviços de Informação e Orientação Profissional

### Direcção Editorial

GABINETE DE COMUNICAÇÃO

Núcleo de Imagem e Marketing

### Design de Comunicação

Patrícia Romão/WHO

### Ilustração

Patrícia Romão/WHO

### Impressão

Santos e Oliveira

### Tipo de Papel

Capa - Creator silk de 300 grs

Miolo - Creator silk de 150 grs

### Caracteres

Conduit ITC

Hermes

### Depósito Legal

307441/10

### ISBN

978-989-638-038-0

### Tiragem

2.500 exemplares

### Edição

Dezembro 2010

Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.

R. de Xabregas, 52. 1949-003 Lisboa

Tel.: 218 614 100

Fax.: 218 614 634

email: [inf.iefp@iefp.pt](mailto:inf.iefp@iefp.pt)

[www.iefp.pt](http://www.iefp.pt)



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Social Europeu



QUADRO  
DE REFERÊNCIA  
ESTRATÉGICO  
NACIONAL  
PORTUGAL 2007-2013



PROGRAMA OPERACIONAL DE  
ASSISTÊNCIA TÉCNICA  
FUNDO SOCIAL EUROPEU



GOVERNO DA REPÚBLICA  
PORTUGUESA



*As designações profissionais,  
embora utilizadas no masculino,  
referem-se, indistintamente, a  
homens e mulheres.*

# ÍNDICE

▶ Introdução	2
▶ Gestor de Centro Comercial	3
▶ Gerente – Direcção de Loja	4
▶ Técnico de Marketing	5
▶ Técnico de Vitrinismo/Merchandiser	6
▶ Operador de Armazenagem	7
▶ Técnico de Compras	8
▶ Técnico de Logística	9
▶ Promotor de Vendas	10
▶ Técnico Comercial	11
▶ Competências	12
▶ Exercício da Actividade	13



# INTRODUÇÃO

O Comércio pode ser definido como “a ponte” entre a produção de bens e serviços e o consumo dos mesmos.

Nos últimos anos, as empresas comerciais têm sido pressionadas a adaptar-se a um mercado mais complexo e competitivo assistindo-se a grandes mudanças, nomeadamente, na área do Marketing, da Logística, das Compras, das Vendas e da Qualidade.

A evolução das tecnologias de informação e comunicação originou significativas alterações nos conteúdos das profissões do sector e, naturalmente, nas competências exigidas. O desenvolvimento tecnológico permitiu a informatização das lojas, retirando ao vendedor algumas tarefas anteriormente realizadas manualmente, permitindo um melhor controlo e gestão do negócio. Este aspecto resultou, também, na diversificação das formas e processos da actividade comercial, nomeadamente, o desenvolvimento do comércio electrónico.

A entrada em Portugal das grandes cadeias estrangeiras e multinacionais teve um forte impacto neste sector, contribuindo para o aumento da competitividade e para a introdução de novas técnicas e tecnologias. Um exemplo disso é a adopção do livre serviço, que veio alterar as características tradicionais da forma de “fazer comércio”, pelo desenvolvimento de técnicas de merchandising que, aliando um conhecimento aprofundado do comportamento e motivações do consumidor, substituem o papel do vendedor tornando os produtos mais apelativos.

Para um melhor conhecimento da actividade das empresas comerciais e dos seus profissionais, importa delimitar as áreas funcionais que devem ser consideradas no sector do Comércio, designadamente: Gestão Comercial, Marketing, Aprovisionamento e Logística e Vendas.

Em cada uma das áreas destacam-se os seguintes profissionais:

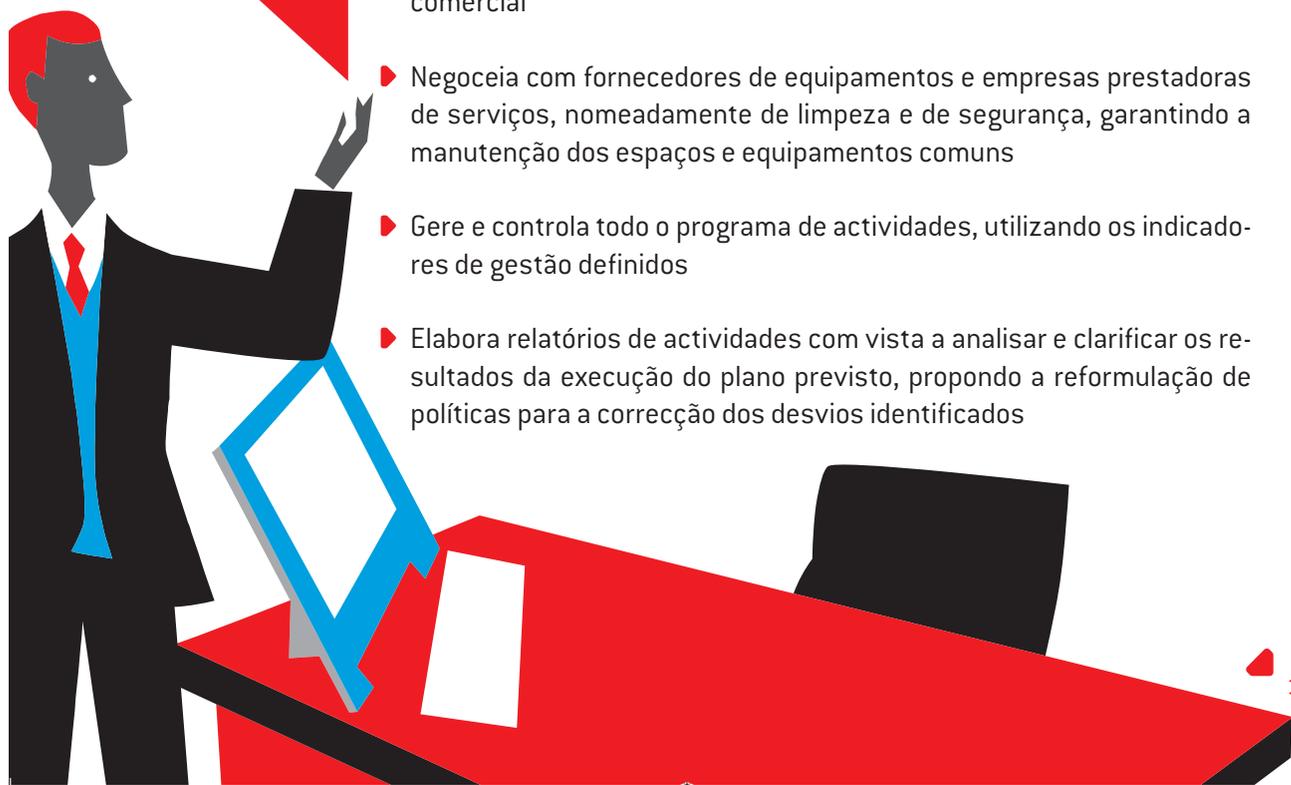
- ▶ **Gestão Comercial:**  
*Gestor de Centro Comercial*  
*Gerente - Direcção de Loja*
- ▶ **Marketing:**  
*Técnico de Marketing*  
*Técnico de Vitrinismo/Merchandiser*
- ▶ **Aprovisionamento e Logística:**  
*Operador de Armazenagem*  
*Técnico de Compras*  
*Técnico de Logística*
- ▶ **Vendas:**  
*Promotor de Vendas*  
*Técnico Comercial*

# GESTOR DE CENTRO COMERCIAL

*Dinamiza, organiza e gere um centro comercial como uma oferta integrada, desenvolvendo uma estratégia global que promova a satisfação das necessidades dos consumidores e a competitividade daquele espaço*

## ACTIVIDADES

- ▶ Promove e orienta estudos de mercado para avaliar as necessidades e as expectativas dos consumidores e dos agentes intervenientes na área de influência do centro comercial
- ▶ Dinamiza e coordena a acção de todos os agentes intervenientes na actividade do centro comercial, promovendo a sua participação activa através de iniciativas e parcerias
- ▶ Elabora os planos de actividade e os orçamentos no sentido de operacionalizar os objectivos globais definidos
- ▶ Mobiliza os meios financeiros necessários ao desenvolvimento das acções a implementar
- ▶ Gere e organiza a oferta comercial integrada, apoiando a actuação das lojas inseridas no centro
- ▶ Define e implementa a estratégia de comunicação e os planos de animação e de promoção de forma a maximizar a atractividade do centro comercial
- ▶ Negoceia com fornecedores de equipamentos e empresas prestadoras de serviços, nomeadamente de limpeza e de segurança, garantindo a manutenção dos espaços e equipamentos comuns
- ▶ Gere e controla todo o programa de actividades, utilizando os indicadores de gestão definidos
- ▶ Elabora relatórios de actividades com vista a analisar e clarificar os resultados da execução do plano previsto, propondo a reformulação de políticas para a correcção dos desvios identificados

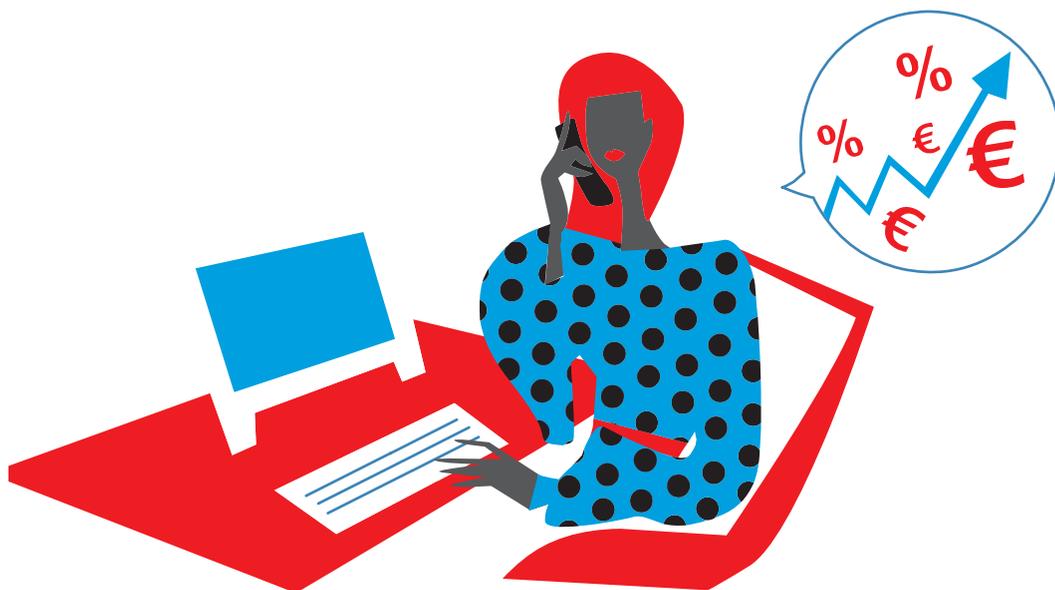


# GERENTE-DIRECÇÃO DE LOJA

*Define a política comercial do estabelecimento, assegura a sua implementação e gere os meios humanos, materiais e financeiros, assim como os sistemas de aprovisionamento e informação com vista à optimização dos resultados comerciais*

## ACTIVIDADES

- ▶ Recolhe e analisa a informação relativa ao estabelecimento e ao meio envolvente, nomeadamente sobre clientes, concorrentes e fornecedores
- ▶ Propõe as escolhas estratégicas quanto à política comercial do estabelecimento, designadamente sortido, preços, comunicação e serviço
- ▶ Define e propõe critérios de organização da loja
- ▶ Prepara os planos de actividade e os orçamentos de acordo com os objectivos estabelecidos
- ▶ Orienta as operações de atendimento, venda e pós-venda procurando garantir a máxima satisfação e fidelização dos clientes
- ▶ Gere o pessoal do estabelecimento, tendo em conta as determinações legais e a política de recursos humanos da empresa
- ▶ Efectua o controlo da actividade, analisando os desvios e, caso seja necessário, propõe a adopção de medidas correctivas
- ▶ Pode definir e implementar a política de aprovisionamento do estabelecimento e efectuar a gestão operacional das compras, dos stocks e do armazém, bem como do transporte de mercadorias



# TÉCNICO DE MARKETING

*Colabora na definição de estratégias de marketing, operacionaliza as políticas de gestão de marketing mix e de clientes e participa na elaboração de estudos de mercado, facilitando o ajustamento permanente da actividade da empresa às necessidades e satisfação dos clientes*

## ACTIVIDADES

- ▶ Colabora na elaboração do plano de marketing da empresa, bem como no planeamento e implementação de acções de marketing pontuais
- ▶ Operacionaliza as políticas de gestão do marketing mix da empresa executando tarefas respeitantes à análise das vendas, preços e produtos
- ▶ Acompanha a evolução das vendas, relacionando-a com a tipologia de clientes, hábitos de consumo, concorrência, mercado ou com outras variáveis internas e externas
- ▶ Operacionaliza as políticas de comunicação da empresa, nomeadamente, contactando com clientes, fornecedores ou outras entidades ligadas, directa ou indirectamente, à actividade da mesma
- ▶ Acompanha os pontos de venda a fim de garantir o cumprimento da política de marketing da empresa e propõe o material promocional necessário ao seu desenvolvimento
- ▶ Colabora na definição de políticas de atendimento, acompanhamento e fidelização de clientes e participa em acções de marketing directo
- ▶ Analisa as reclamações, de forma a propor práticas e medidas correctivas
- ▶ Participa no planeamento e realização de estudos de mercado e outro tipo de sondagens, nomeadamente colaborando no levantamento de necessidades e de custos, bem como em todos os procedimentos necessários à sua realização



# TÉCNICO DE VITRINISMO/ MERCHANDISER

*Concebe, organiza e executa a exposição e decoração de espaços comerciais, stands de feiras e eventos com o objetivo de promover a imagem e o potencial dos produtos e/ou serviços, garantindo a optimização da atractividade e rentabilidade do espaço*

## ACTIVIDADES

- ▶ Analisa o espaço de intervenção no contexto da sua arquitectura e da área envolvente, identificando e classificando os pontos estratégicos de exposição
- ▶ Analisa as potencialidades de exposição do produto e/ou serviço e o perfil do público-alvo, nomeadamente os comportamentos de compra do consumidor
- ▶ Desenha, por esboço ou através de desenho técnico, a organização, a exposição e a decoração do espaço
- ▶ Define e programa a exposição dos produtos, nomeadamente, tirando partido de cores, formas, marcas e sinalética, de modo a tornar o espaço, globalmente, mais atractivo e rentável
- ▶ Elabora o orçamento com vista a determinar os custos globais da intervenção
- ▶ Executa a montagem e desmontagem de adereços, suportes e equipamentos necessários, optimizando a exposição dos produtos
- ▶ Promove, em colaboração com o responsável de marketing, a animação do espaço de venda, acções promocionais e de publicidade
- ▶ Controla os efeitos das opções de merchandising através do resultado das vendas, das margens de lucro e de rentabilidade dos diferentes produtos
- ▶ Pode planear e acompanhar o site de comércio electrónico, em colaboração com a gestão da empresa e com os técnicos das áreas de informática, design gráfico e logística



# OPERADOR DE ARMazenagem

*Efectua as operações de recepção, codificação, armazenagem, movimentação, expedição e inventariação de mercadorias*

## ACTIVIDADES

- ▶ Descarrega as mercadorias tendo em atenção a sua tipologia e grau de rotatividade, verificando a guia de remessa, nota de encomenda ou outra documentação e assegurando a conformidade das mercadorias que dão entrada em armazém com o pedido efectuado
- ▶ Verifica o estado dos produtos que dão entrada no armazém, designadamente defeitos, conservação e prazos de validade
- ▶ Procede ao registo e etiquetagem das mercadorias recepcionadas no armazém
- ▶ Efectua a movimentação e acondicionamento das mercadorias no armazém e assegura a sua manutenção e conservação, de acordo com os procedimentos técnicos, funcionais e de segurança
- ▶ Procede à expedição de mercadorias, preparando-as de acordo com as notas de encomenda, procedendo, sempre que necessário, ao seu acondicionamento e embalamento
- ▶ Preenche a documentação referente à expedição das mercadorias e efectua o registo de saída das mesmas
- ▶ Executa as operações de carga de mercadorias para transporte
- ▶ Participa na elaboração de inventários, executando actividades de identificação e de controlo das mercadorias e dos materiais



# TÉCNICO DE COMPRAS

*Implementa a política de compras relativamente a determinadas categorias de produtos de acordo com orçamentos estabelecidos, garantindo a regularidade do abastecimento e os resultados relativamente às quantias investidas*

## ACTIVIDADES

- ▶ Analisa o mercado dos produtos com que opera, recorrendo a fontes internas e externas à empresa tendo, especialmente, em conta a zona de influência das lojas
- ▶ Faz prospecção do mercado fornecedor
- ▶ Define o sortido, as margens/preços, a comunicação e os serviços a prestar relativamente a cada categoria de produtos, tendo em conta as estratégias definidas e as tendências da procura por parte dos clientes
- ▶ Negoceia com os fornecedores, designadamente os preços, as condições de compra e os prazos de entrega
- ▶ Coordena os níveis de stocks em função das características dos produtos e sua sazonalidade, das condições da oferta e dos padrões de consumo
- ▶ Coordena as encomendas, combinando a taxa de juro com a taxa de rotação e os descontos de quantidade
- ▶ Selecciona e planeia o transporte de mercadorias
- ▶ Controla os resultados, podendo propor a redefinição das orientações comerciais em função destes



# TÉCNICO DE LOGÍSTICA

*Assegura o funcionamento do sistema de abastecimento da unidade produtiva ou entreposto, contribuindo para a optimização dos fluxos de serviços, matérias-primas e produtos acabados, bem como dos fluxos de informação, tendo em vista a satisfação do cliente*

## ACTIVIDADES

- ▶ Efectua os inventários de todo o processo logístico, do fornecedor ao cliente, nomeadamente, o equipamento de armazenagem e de manuseamento de mercadorias, os meios de transporte e os sistemas de informação logísticos
- ▶ Programa e prepara a distribuição a clientes e o aprovisionamento da produção, com base em critérios de optimização dos fluxos de serviços, matérias-primas e produtos acabados
- ▶ Estabelece com os fornecedores, internos e externos, os esquemas de fluxos e o calendário de expedição necessários ao processo logístico, em função do plano de produção
- ▶ Orienta as actividades de recepção, controlo, movimentação, manuseamento, armazenagem e expedição de mercadorias e materiais
- ▶ Promove acções de melhoria da eficiência de todos os processos, em colaboração com os intervenientes na cadeia logística, nomeadamente com os clientes e fornecedores
- ▶ Coordena e supervisiona o trabalho das equipas sob a sua responsabilidade, promovendo e controlando a qualidade do desempenho, o cumprimento das normas de qualidade, higiene segurança e ambiente e as relações de trabalho
- ▶ Apoia o serviço de assistência a clientes, prestando as informações necessárias e adequando o serviço logístico às necessidades dos mesmos
- ▶ Colabora na gestão de stocks, em função dos objectivos estipulados, tendo em conta os custos envolvidos e o nível de serviço
- ▶ Controla a implementação dos procedimentos de qualidade, ambiente, segurança e higiene do trabalho no sistema logístico, nomeadamente, relativos às condições dos produtos e mercadorias



# PROMOTOR DE VENDAS

*Realiza a prospecção do mercado, responde às solicitações dos clientes, promove e realiza as vendas procurando fidelizar os clientes*

## ACTIVIDADES

- ▶ Recolhe e analisa dados sobre o mercado, o sector e o meio envolvente
- ▶ Faz prospecção de novos clientes a partir de informações variadas
- ▶ Prepara as acções de promoção de venda em função dos objectivos e da política comercial da empresa e da adaptação necessária ao mercado/cliente
- ▶ Apresenta os produtos e as condições de venda e faz demonstrações, realizando acções promocionais
- ▶ Negoceia com o cliente as condições da venda
- ▶ Realiza a venda e executa as respectivas operações administrativas
- ▶ Acompanha os serviços de venda e pós-venda
- ▶ Presta assistência aos clientes, nomeadamente, informando-os sobre os novos produtos ou apoiando-os na utilização dos mesmos
- ▶ Controla os resultados da sua actuação comercial em função dos objectivos e da política comercial da empresa
- ▶ Elabora relatórios de visitas por clientes e relatórios de actividade periódicos



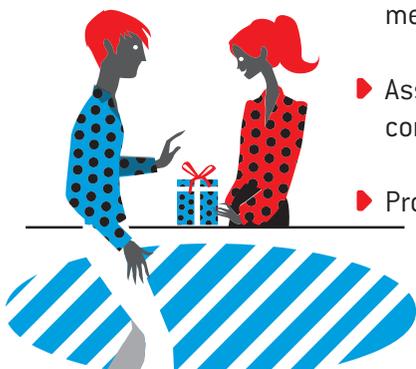
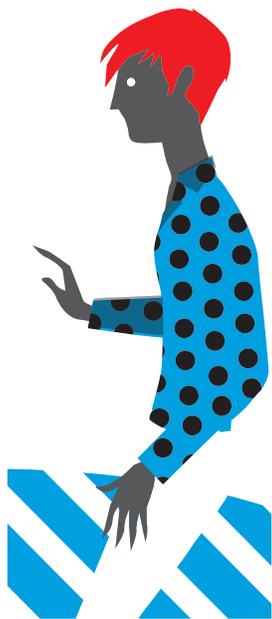
# TÉCNICO COMERCIAL

*Vende produtos e/ou serviços em estabelecimentos comerciais, procurando fidelizar os clientes*



## ACTIVIDADES

- ▶ Estuda os produtos e/ou serviços da empresa, caracteriza o tipo de clientes e recolhe informação sobre a concorrência e o mercado em geral
- ▶ Atende e aconselha clientes, tendo em vista a sua fidelização e a satisfação das suas necessidades
- ▶ Apresenta os produtos e/ou serviços, suas características e modos de utilização, indicando e demonstrando, quando necessário, as potencialidades dos mesmos e informa os clientes sobre as condições de venda e serviço pós-venda
- ▶ Calcula o valor da venda dos produtos e/ou serviços, tendo em conta preços, promoções, descontos, créditos, devoluções e outras condições a aplicar
- ▶ Preenche a documentação relativa ao processo de venda, nomeadamente, recibos e garantias
- ▶ Cobra a despesa ao cliente procedendo de acordo com a forma de pagamento (numerário, cartões de crédito e débito, cheques e vales)
- ▶ Procede à abertura e fecho de caixa, nomeadamente, através da contagem do dinheiro e outros valores e do preenchimento, ou confirmação, da documentação específica da caixa
- ▶ Participa no desenvolvimento de acções de animação no ponto de venda, com vista à promoção e divulgação de produtos e/ou serviços
- ▶ Efectua o controlo quantitativo e qualitativo de produtos do estabelecimento comercial
- ▶ Assegura o serviço pós-venda, recebendo e analisando reclamações com vista à sua resolução
- ▶ Procede à organização da documentação relativa ao processo de venda





# COMPETÊNCIAS

Para os profissionais do sector do comércio, de uma forma geral, as capacidades de relacionamento interpessoal e de comunicação são factores determinantes do sucesso do seu desempenho. Qualquer que seja a área funcional (gestão comercial, marketing, aprovisionamento e logística, vendas) a sua actuação assume sempre um carácter relacional, envolvendo contactos interpessoais diversificados, quer internos, quer externos à empresa.

Revela-se, igualmente, fundamental para estes profissionais a capacidade de trabalhar em equipas multidisciplinares tendo em vista a superação de objectivos, colectivos e individuais, assim como a facilidade de adaptação a ambientes de trabalho que podem ser complexos e stressantes em termos da diversidade de tarefas, cumprimento de prazos e metas comerciais.

A diversidade de tarefas inerentes a grande parte dos profissionais deste sector, bem como as constantes mutações dos mercados onde actuam exige, ainda, embora a níveis distintos, capacidade de planeamento e organização, iniciativa e criatividade tendo em vista a resolução de problemas e a adaptação a novas situações. No caso do Técnico de Vitrinismo/Merchandiser, o sentido estético associado à percepção espacial constituem mais valias para este profissional.

Para o Gestor de Centro Comercial, o Gerente, o Técnico de Compras, o Promotor de Vendas e Técnico Comercial é de salientar, ainda, a importância da capacidade de negociação, da assertividade e da persuasão.

O comércio electrónico exige, sobretudo aos profissionais da área do aprovisionamento e logística, o desenvolvimento de competências técnicas específicas que permitam a adaptação da logística à venda on-line, na medida em que se complexifica a gestão de fluxos (número, variedade e dispersão das entregas) e se torna mais crítica a programação e a gestão da informação.



# EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE

De um modo geral os profissionais deste sector exercem as suas actividades por conta de outrem em empresas comerciais, enquadrando-se nestas de acordo com a sua área funcional, com a dimensão da empresa e com a natureza dos produtos comercializados.

O Técnico de Vitrinismo pode, ainda, exercer a sua actividade em empresas de publicidade, gabinetes de design e espaços comerciais.

O Técnico de Marketing pode, também, desenvolver a sua actividade em empresas de comunicação e marketing e em gabinetes de marketing de entidades públicas.





## FONTES

Catálogo Nacional de Qualificações – Perfis Profissionais e Referenciais de Formação (*On-Line*). Disponível em: [www.catalogo.anq.gov.pt](http://www.catalogo.anq.gov.pt) (Novembro de 2010).

INOFOR (2000), *Comércio e Distribuição em Portugal*. Col. Estudos Sectoriais. Lisboa: Inofor.

Site oficial da Direcção-Geral do Ensino Superior (DGES) – Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior - [www.dges.mctes.pt/DGES/pt](http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt) (Novembro de 2010).

