



**Técnico/a Especialista em Comércio  
Internacional  
(International Trade Operational Manager)**

# **Padrão Profissional**



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**ESITL**  
A Netinvet Project

## 1 Perfil Profissional

O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional trabalha no setor do comércio internacional e contribui para o desenvolvimento internacional sustentável da empresa através de:

- tarefas comerciais internacionais tais como pesquisa de mercado, prospeção, comercialização de bens e serviços e processo de negociação
- otimização sustentável das compras através de um comportamento ético e justo
- tarefas administrativas como a implementação e o acompanhamento das operações de import-export
- utilização de processos e ferramentas digitais
- preocupação permanente com a sustentabilidade e o impacto ambiental das decisões e ações da empresa

Ele/ela recolhe e analisa informação acerca dos mercados estrangeiros tendo em vista alimentar o sistema de informação da empresa com o objetivo de preparar as decisões comerciais, de acordo com o marketing-mix internacional da empresa. Ele/ela participa na negociação comercial, apoiando o processo contratual. Ele/ela coordena as atividades de import-export e as operações entre os diferentes serviços da empresa e/ou parceiros externos. Ele/ela desenvolve as suas relações profissionais num ambiente multicultural.

Para ter sucesso na sua atividade, o Técnico/a Especialista em Comércio Internacional necessita de algumas competências transversais, como a flexibilidade e a autonomia. Relativamente à utilização de línguas, ele/ela deve ter um bom domínio da(s) língua(s) utilizada(s) no seu ambiente de trabalho, do inglês bem como, se possível, de outras línguas estrangeiras. Ele/ela deve também ter um bom conhecimento do contexto económico, legal e profissional.

## 2 Tipos de empresas

O/a Técnico/a Especialista em Comércio Internacional pode desenvolver a sua atividade nos seguintes tipos de empresas:

- Empresas de exportação de bens e serviços
- Distribuidores em regime de franchising
- Subsidiárias
- Importadores
- Empresas de importação, exportação e distribuição-marketing
- Fornecedores de serviços de transporte, transitários, empresas de consignação, agências de expedição, empresas de distribuição, empresas de handling, agências aduaneiras
- Agências comerciais
- Bancos
- Câmaras de comércio
- Organizadores de feiras internacionais
- Entidades públicas e privadas de apoio ao investimento externo e ao desenvolvimento internacional e nacional das empresas
- Empresas de consultoria comercial e jurídica
- Seguradoras
- Associações e organizações não governamentais
- Organismos de certificação e controlo de qualidade

## 3 Cargo e responsabilidade

O cargo e a responsabilidade do Técnico/a Especialista em Comércio Internacional variam significativamente em função da dimensão e dos objetivos da entidade empregadora. Geralmente, terá mais responsabilidades numa empresa pequena do que num Grupo Empresarial grande.

O cargo depende da experiência - nacional ou no estrangeiro, trabalho a tempo inteiro ou a tempo parcial, e do tipo de departamento a que está adstrito (vendas internacionais / marketing internacional / atividades de apoio a vendas internacionais / compras / logística...).

Dependendo da dimensão da empresa, o Técnico/a Especialista em Comércio Internacional tem várias tarefas e responsabilidades, tais como gerir as operações de import-export ou adaptar o serviço às atuais regulamentações comerciais de acordo com as necessidades e expectativas dos clientes e os objetivos da empresa.

Relativamente à hierarquia, numa PME, o Técnico/a Especialista em Comércio Internacional reporta diretamente ao gestor da empresa ou, caso exista, ao gestor responsável pela área da internacionalização da empresa. Numa empresa maior, pode reportar ao gestor de operações de import-export.

Os títulos e cargos dentro da empresa podem variar significativamente dependendo da experiência profissional do titular da qualificação e da dimensão da empresa.

### **3.1 Jovens qualificados na sua primeira experiência profissional:**

- Assistente de pesquisa de mercado
- Assistente de import-export
- Assistente comercial de importação
- Assistente de compras
- Assistente de serviço de apoio ao cliente
- Assistente de marketing digital
- Assistente internacional de marketing digital
- Assistente de marketing internacional
- Assistente de vendas internacionais
- Assistente de logística e serviço ao cliente
- Assistente de logística
- Assistente no departamento de operações comerciais internacionais
- Assistente de gestão de comércio internacional
- Técnico de gestão de comércio internacional
- Assistente pós-venda
- Assistente aduaneiro / operador aduaneiro / agente alfandegário / representante aduaneiro
- Assistente administrativo de vendas internacionais
- Assistente de pagamentos internacionais
- Organizador de feiras comerciais internacionais
- Assistente em organismos de apoio ao desenvolvimento internacional e nacional de empresas

### **3.2 Após alguns anos de experiência de trabalho:**

- Coordenador do serviço de apoio ao cliente
- Gestor de vendas internacionais
- Gestor de compras internacionais
- Gestor internacional
- Gestor de marketing internacional
- Especialista em gestão de processos de encomenda
- Gestor operacional de vendas internacionais

## 4 Ambiente e perspectivas económicas, tecnológicas e sociais

Nos últimos anos, as inovações tecnológicas, a mudança de estilos de vida, um ambiente cada vez mais competitivo, bem como novas regulamentações e políticas ambientais, transformaram o setor do comércio internacional.

As novas tecnologias têm um grande impacto no trabalho dos profissionais da área do comércio internacional. A integração de conceitos da área das tecnologias de informação e comunicação (por exemplo, blockchain, inteligência artificial, automatização, robotização, 5G, etc.) e a utilização crescente de ferramentas digitais (por exemplo, ferramentas de localização e acompanhamento de operações em qualquer altura durante todo o processo da venda, procedimentos desmaterializados, etc.) estão a transformar profundamente os empregos do setor. Nos próximos anos, os técnicos especialistas em comércio internacional terão de lidar com cada vez mais procedimentos automatizados e novas formas de organização comercial (por exemplo, a cadeia documental, a organização e segurança de pagamentos internacionais e financiamento comercial ou a utilização de redes sociais), o que influenciará não só a organização do marketing operacional, mas também a forma de gerir a atividade comercial. Particularmente no comércio internacional, as ferramentas de videoconferência que permitem uma utilização em qualquer lugar (como se de feiras ou exposições em versão digital, se tratasse) estão a mudar a forma como vendemos e compramos. Esta rápida evolução e fluxo permanente de informação têm um forte impacto no trabalho e requerem uma gestão ágil dos dados.

O setor do comércio internacional tem crescido significativamente durante os últimos anos. As empresas de comércio internacional operam em mercados globalizados que requerem estratégias internacionais. Ao mesmo tempo, a tendência para um consumo mais sustentável aumenta a importância dos mercados locais e inter-regionais. As novas tendências dos consumidores e o aumento do comércio eletrónico influenciam fortemente a cadeia de abastecimento global e financiam atividades comerciais, tais como "contratos inteligentes".

Crescem as expectativas dos clientes em relação a prazos de entrega, preços, serviços à medida e soluções ambientalmente responsáveis. Além disso, a competição no setor intensifica-se com o surgimento de novos atores globais. As empresas de comércio internacional, portanto, precisam adotar uma abordagem orientada para o futuro para se adaptarem tanto às mudanças na regulamentação quanto às expectativas do mercado. O acompanhamento das novidades e inovações no setor do comércio internacional, a procura de soluções inovadoras de marketing e vendas B2B e B2C e a necessidade de repensar as empresas e as táticas de vendas têm um impacto considerável nas condições em que a profissão é exercida hoje e se irá desenvolver durante os próximos anos. Como resultado, a criação de plataformas de colaboração e parcerias entre empresas de comércio internacional pode ser encarada como uma estratégia para permanecer competitivo, propor serviços orientados para o cliente e alcançar expectativas em termos de qualidade e certificações.

A crescente consciência dos cidadãos e do mundo económico para os perigos das alterações climáticas está a aumentar o foco e a atenção nas questões ambientais. As agendas políticas globais convergem para 2030 e para um futuro mais distante, se diminuir o impacto ambiental da economia e da indústria (exemplo: Agenda para o Desenvolvimento Sustentável 2030 adotada por todos os Estados Membros das Nações Unidas em 2015). Segundo a Comissão Europeia, os transportes causam quase um quarto das emissões de gases com efeito de estufa (GEE) na Europa e são a principal causa de poluição atmosférica nas cidades. O comércio internacional utiliza soluções de transporte globais e está estreitamente ligado e dependente da evolução do transporte internacional e da sua globalização.

Neste contexto, nova regulamentação é adotada. Consequentemente, as abordagens sustentáveis devem ser cada vez mais integradas no modelo de desenvolvimento das empresas de comércio internacional. A tendência vai no sentido do desenvolvimento e implementação de práticas de responsabilidade social nas empresas. As empresas devem incorporar comportamentos éticos, respeito pelos direitos humanos, princípios de negociação justa, de equidade e de respeito pela diversidade. As empresas de comércio internacional procuram também melhorar a sua imagem junto dos seus clientes e estas práticas e princípios de ação estão a tornar-se um elemento importante do seu "sales pitch".

## 5 Atividades e tarefas

### Atividade 1: Monitorização de mercados

A1T1 Monitorização permanente dos mercados

A1T2 Recolha de dados e informações no estrangeiro

A1T3 Preparação da tomada de decisão

| <u>Contexto de trabalho e responsabilidades profissionais</u>  |   |   |
|--|---|---|
| <p>O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional define os níveis e fontes de informação que são necessários para o sistema de informação de mercado da empresa e para a tomada de decisão. Ele/ela explora oportunidades nos mercados interno e externo.</p> <p>Ele/ela recolhe e analisa informações sobre produtos e serviços, fornecedores, prestadores de serviços, concorrência e outros fatores de enquadramento relevantes para a política de internacionalização da empresa, de forma sistemática e regular e recorrendo a diferentes fontes internas e externas à empresa. Ele/ela conhece o conceito de “inteligência empresarial”, softwares e formas de aplicação e exploração dos dados obtidos por esta via.</p> <p>Ele/ela informa a tomada de decisão da empresa preparando relatórios comerciais e tirando conclusões, dentro de um prazo, através da recolha e análise estatística de informação das fontes disponíveis, incluindo do Sistema de Informação de Marketing da empresa.</p> <p>Ele/ela identifica e enumera modelos de implantação num determinado mercado-alvo.</p> <p>São necessários conhecimentos de línguas estrangeiras.</p> <p>Ele/ela responde a um gestor/decisor, que decide sobre o seu nível de autonomia. A dimensão da empresa é um fator importante para estabelecer o grau de responsabilidade do Técnico/a Especialista em Comércio Internacional.</p> |   |   |
| Informação relevante para o trabalho   | Equipamento necessário  | Contactos profissionais   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contexto profissional</li> <li>- Informação e projetos de instituições europeias e internacionais de referência (UE, OMC, Associação de Nações do Sudeste Asiático (ASEAN), etc)</li> <li>- Informação sociocultural e códigos de conduta profissional dos mercados-alvo</li> <li>- Informação jurídica, económica e comercial</li> <li>- Informação para a aplicação das políticas de marketing-mix internacional</li> <li>- Imprensa especializada; acesso à página Web da DG Comércio</li> <li>- Informação sobre clientes, fornecedores ou prestadores de serviços, relatórios comerciais</li> <li>- Procedimentos para tratamento de irregularidades, não-conformidades e/ou reclamações</li> <li>- Objetivos de desenvolvimento sustentável da empresa</li> <li>- Critérios de RSE (Responsabilidade Social Empresarial) e critérios de conduta ESG (Ambiente, Social e Governança Empresarial) da empresa</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecnologias de informação e comunicação (TIC)</li> <li>- Software e aplicações informáticas para processamento de questionários/inquéritos</li> <li>- Protocolo de trabalho com base de dados</li> <li>- Modelos para relatórios</li> <li>- Bases de dados de clientes, fornecedores e prestadores de serviços</li> <li>- Internet, intranet, extranet</li> <li>- <i>Dashboards</i> e dados de gestão</li> <li>- Ferramentas colaborativas; software e hardware para a realização de webinars</li> <li>- Terminais fixos e móveis</li> <li>- Ferramentas de colaboração e comunicação de vendas</li> <li>- Softwares de ERP, CRM, etc</li> </ul> | <p><u>A nível interno</u><br/>Ele/ela está em contacto com os colaboradores ou os departamentos de marketing, jurídico, financeiro e contabilístico, logística, qualidade e produção.</p> <p><u>A nível externo</u><br/>Ele/ela está em contacto direto com clientes, fornecedores, prestadores de serviços, agências governamentais e autoridades locais, a nível nacional ou internacional.</p> |
| <u>Resultados esperados</u>  |   |   |
| <p>Respeito pelo plano de trabalho e pelas prioridades.</p> <p>Informações de mercado relevantes, fiáveis e atualizadas.</p> <p>Informação pertinente e atualizada acerca de oportunidades de mercado recolhidas junto de mercados internacionais.</p> <p>Respeito pelo orçamento e prazos estabelecidos.</p> <p>Bases de dados alimentadas e atualizadas com informações comerciais.</p> <p>Recomendações precisas para os decisores relativamente a oportunidades e ameaças nos mercados-alvo da empresa.</p> <p>Recomendações que permitam possíveis melhorias dos procedimentos.</p>   |   |   |

## Atividade 2: Gestão de vendas em contexto internacional (exportação)

A2T1 *Prospecção para elaboração de ofertas comerciais ajustadas (atividades de pré-venda)*

A2T2 *Apoio à negociação e venda*

A2T3 *Acompanhamento da venda*

| <u>Contexto de trabalho e responsabilidades profissionais</u>   |   |   |
|---|---|---|
| <p>Ele/ela identifica potenciais clientes de acordo com os critérios estabelecidos para alcançar os objetivos comerciais da empresa. Ele/ela está envolvido/a no marketing de exportação através da prospecção e elaboração de propostas comerciais ou da resposta a concursos e contacta os clientes de acordo com os procedimentos estabelecidos, tendo em conta as características do país/cultura, para o desenvolvimento da atividade comercial. Organiza e supervisiona ações de comunicação/promoção de produtos/serviços em feiras e eventos internacionais, otimizando os recursos atribuídos para adaptar os seus resultados aos objetivos estabelecidos. Ele/ela contribui para a adaptação dos procedimentos relacionados com o desenvolvimento internacional da empresa.</p> <p>Ele/ela participa em certos aspetos do processo negocial da venda internacional, apoiando nos processos de negociação e execução da venda internacional de produtos e serviços. Ele/ela deve também assegurar o acompanhamento das vendas, controlando o desenvolvimento e evolução das vendas dos produtos/serviços nos mercados internacionais, verificando se as condições acordadas com os clientes ou distribuidores são cumpridas para alcançar os objetivos planeados. Ele/ela define, desenvolve e executa medidas de marketing. Ele/ela faz a seleção dos instrumentos adequados do marketing mix: questionários a clientes, anúncios publicitários..., bem como do plano de marketing e das ações de marketing. Ele/ela implementa a estratégia de comércio eletrónico da empresa recorrendo a ferramentas de marketing digital e explorando as redes sociais.</p> <p>São necessários conhecimentos de línguas estrangeiras.</p> <p>Ele/ela pode ser levado a sugerir melhorias e a participar na definição da estratégia de gestão das exportações.</p> <p>O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional apresenta relatórios ao gestor/decisor, que decide sobre o seu nível de autonomia. A dimensão da empresa é um fator importante para estabelecer o grau de responsabilidade do Técnico/a Especialista em Comércio Internacional.</p> |   |   |
| Informação relevante para o trabalho  | Equipamento necessário  | Contactos profissionais   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informações acerca da ética e cultura dos mercados-alvo</li> <li>- Objetivos de mercado e ferramentas de prospecção</li> <li>- Plano de vendas / estratégia</li> <li>- Base de dados de potenciais clientes e de clientes</li> <li>- Plano de ação de prospecção; orçamento</li> <li>- Restrições legislativas e regulamentares</li> <li>- Preços e condições de pagamento da empresa</li> <li>- Condições gerais de venda</li> <li>- Modelos de contratos, contratos comerciais, contratos com prestadores de serviços</li> <li>- Indicadores de qualidade</li> <li>- Meios de comunicação profissionais</li> <li>- Regulamentos de garantia nacionais e internacionais</li> <li>- Objetivos de desenvolvimento sustentável da empresa</li> <li>- Critérios de RSE (Responsabilidade Social Empresarial) e critérios de conduta ESG (Ambiente, Social e Governação Empresarial) da empresa</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecnologias de informação e comunicação (TIC)</li> <li>- Terminais fixos e móveis</li> <li>- Bases de dados de clientes, potenciais clientes, fornecedores e prestadores de serviços</li> <li>- Internet, intranet, extranet</li> <li>- <i>Dashboards</i> e dados de gestão</li> <li>- Ferramentas colaborativas; software e hardware para a realização de webinars</li> <li>- Ferramentas de colaboração e comunicação de vendas</li> <li>- Softwares de ERP, CRM, etc</li> </ul> | <p><u>Interno</u></p> <p>Ele/ela está em contacto com os colaboradores ou os departamentos de marketing, jurídico, compras, financeiro e contabilístico, logística, qualidade e produção.</p> <p><u>Externo</u></p> <p>Ele/ela está em contacto com outras empresas e/ou prestadores de serviços a nível nacional ou internacional. Está em contacto com os serviços públicos, o Governo e/ou as autoridades locais, a nível nacional ou internacional.</p> |
| <u>Resultados esperados</u>   |   |   |
| <p>Produção de um ficheiro adequado, detalhado e atualizado de potenciais clientes.</p> <p>Plano de prospecção.</p> <p>Um plano de comunicação organizado e eficaz orientado para os potenciais clientes.</p>   |   |   |

Ofertas comerciais ajustadas às necessidades dos clientes. Acompanhamento e processamento de encomendas.  
Domínio de reuniões/situações de negociação. Contratos de venda que formalizem de forma exata o acordado com o cliente.  
Manutenção de um ficheiro atualizado de informação de potenciais clientes e de clientes.  
Processamento eficaz de reclamações e não conformidades e eficaz resolução de conflitos.  
Tratamento de pedidos de garantia.  
Sugestão de indicadores de resultados e de qualidade eficazes para a tomada de decisões.  
Recomendações que permitam uma possível melhoria dos procedimentos.

### Atividade 3: Gestão de compras em contexto internacional (importação)

A3T1 Preparação das atividades de importação (base de dados de fornecedores)

A3T2 Apoio ao processo de negociação das compras

A3T3 Acompanhamento das compras

| <u>Contexto de trabalho e responsabilidades profissionais</u>   |  |   |
|---|--|---|
| <p>Ele/ela prepara as atividades de importação, cria e atualiza uma base de dados de potenciais fornecedores.</p> <p>Ele/ela identifica e seleciona potenciais fornecedores de acordo com critérios estabelecidos para alcançar os objetivos comerciais da empresa, respeitando o ambiente através de um comportamento ético e justo, identificando e evitando riscos de violação dos direitos humanos ao longo da cadeia de abastecimento e nas subsidiárias.</p> <p>Ele/ela contacta os fornecedores para as compras da empresa de acordo com os procedimentos estabelecidos, tendo em conta as características do país/cultura em questão.</p> <p>Ele/ela apoia a negociação de compra, elabora e divulga pedidos de compra/consultas a fornecedores e analisa as propostas de fornecimento recebidas.</p> <p>Ele/ela otimiza a preparação da reunião de negociação de compra e informa o processo de tomada de decisão para a escolha dos fornecedores.</p> <p>Ele/ela assegura o acompanhamento das importações bem como a realização e coordenação efetiva das encomendas de fornecedores.</p> <p>Ele/ela lida com conflitos e incidentes, avalia a eficácia do serviço do fornecedor e atualiza a informação na base de dados de fornecedores.</p> <p>Ele/ela desenvolve relações duradouras através do contacto direto com um leque adequado de parceiros e prestadores de serviços num ambiente altamente competitivo.</p> <p>São necessários conhecimentos de línguas estrangeiras.</p> <p>Ele/ela pode ser levado a sugerir melhorias e a participar na avaliação do processo de compra.</p> <p>O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional informa o gestor/decisor, que determina o seu nível de autonomia. A dimensão da organização é um fator importante na definição do seu nível de decisão e da extensão da sua responsabilidade.</p> |  |   |
| Informação relevante para o trabalho  | Equipamento necessário   | Contactos profissionais   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Websites de aprovisionamento</li> <li>- Regulamentação do mercado (alfandegária; normativa)</li> <li>- Base de dados de fornecedores referenciados, prestadores de serviços, sub-contractados</li> <li>- Especificações do pedido de compra/consulta a fornecedores</li> <li>- Listas de preços</li> <li>- Condições gerais de compra</li> <li>- Contratos de seguros</li> <li>- Informação comercial e cultural sobre os países de origem</li> <li>- Indicadores de desempenho</li> <li>- Modelos de contratos de compra</li> <li>- Métodos para classificar, validar e selecionar fornecedores</li> <li>- Técnicas de negociação nas compras</li> <li>- Carta de qualidade/código de ética</li> <li>- Objetivos de desenvolvimento sustentável da empresa</li> <li>- Critérios de RSE (Responsabilidade Social Empresarial) e critérios de conduta ESG (Ambiente, Social e Governação Empresarial) da empresa</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Software de gestão de fornecedores</li> <li>- Software de planeamento e gestão</li> <li>- Internet, intranet, extranet</li> <li>- Terminais fixos e móveis</li> <li>- Ferramentas colaborativas; software e hardware para a realização de webinars</li> <li>- Softwares de ERP, CRM, etc</li> </ul> | <p><u>Interno</u><br/>Ele/ela está em contacto com os colaboradores ou os departamentos de marketing, jurídico, vendas, contabilidade, logística, qualidade e produção.</p> <p><u>Externo</u><br/>Ele/ela está em contacto direto com parceiros (potenciais fornecedores, fornecedores, prestadores de serviços, seguradoras, etc.), clientes e serviços aduaneiros, a nível nacional ou internacional.</p> |
| <u>Resultados esperados</u>   |  |   |
| <p>Identificação e seleção precisa de fornecedores/prestadores de serviços.</p> <p>Criação de uma base de dados de potenciais fornecedores.</p> <p>Bases de dados de fornecedores atualizadas.</p>  |  |   |

Elaboração e divulgação de pedidos de compra/consultas a fornecedores.  
Análise das propostas de fornecimento recebidas.  
Informação sobre o processo de tomada de decisão. Preparação eficaz da reunião de negociação de compra.  
Tratamento eficaz dos incidentes. Gestão satisfatória de não conformidades, incidentes e conflitos.  
Elaboração de relatórios de atividade.  
Recomendações que permitam uma possível melhoria dos procedimentos.

## Atividade 4: Coordenação de serviços de apoio à importação e exportação

A4T1 Escolha de prestadores de serviços (seguros, logística, financiamento ...)

A4T2 Gestão administrativa das operações de import-export

| <u>Contexto de trabalho e responsabilidades profissionais</u>   |   |   |
|---|---|---|
| <p>O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional executa as tarefas administrativas relacionadas com as operações de comércio internacional, em conformidade com os procedimentos da empresa. Ele/ela identifica potenciais prestadores de serviços (seguros, logística, financiamento...), pede propostas e avalia-as. Ele/ela organiza as tarefas, incluindo a cadeia documental, de acordo com os regulamentos em vigor, controlando-as e mantendo os clientes informados sobre o progresso da sua encomenda para satisfazer as suas expectativas e garantir a sua satisfação. Ele/ela avalia o desempenho dos prestadores e gere reclamações, não conformidades e incidentes, garantindo o seu tratamento/encaminhamento. Concebe e analisa dashboards para monitorizar a gestão das operações. Ele/ela deve assegurar a utilização de práticas comerciais éticas e leis, considerando aspetos ambientais e de sustentabilidade para a empresa, os clientes e os prestadores de serviços. Ele/ela reporta à gestão de operações, à sucursal, ou ao gestor de departamento, que decide sobre o seu nível de autonomia. A dimensão da empresa é um fator importante para estabelecer o grau de responsabilidade do Técnico/a Especialista em Comércio Internacional.</p> |   |   |
| Informação relevante para o trabalho  | Equipamento necessário  | Contactos profissionais   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Procedimentos administrativos para operações de import-export (logística, regulamentos aduaneiros ...)</li> <li>- Principais indicadores de desempenho da empresa e restrições económicas</li> <li>- Carta de qualidade/código de ética</li> <li>- Opções/critérios de seleção da empresa em matéria de seguros, transportes, transitários, financiamento, banca</li> <li>- Normas e regulamentos atuais nomeadamente alfandegários</li> <li>- Objetivos de desenvolvimento sustentável da empresa</li> <li>- Critérios de RSE (Responsabilidade Social Empresarial) e critérios de conduta ESG (Ambiente, Social e Governança Empresarial) da empresa</li> <li>- Principais contratos comerciais em uso na empresa e suporte documental das transações</li> <li>- Propostas de fornecimento dos prestadores de serviços</li> <li>- Procedimentos para gerir e resolver não conformidades e incidentes</li> <li>- Procedimentos de qualidade de acordo com uma possível certificação</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terminais fixos e móveis</li> <li>- Websites sobre regulamentos alfandegários</li> <li>- Software de gestão da cadeia de abastecimento</li> <li>- Internet / Intranet / Extranet</li> <li>- Ferramentas colaborativas</li> <li>- Softwares de gestão empresarial e documental</li> <li>- Tutoriais de tarefas administrativas</li> </ul> | <p><u>Interno</u><br/>Ele/ela está em contacto com os colaboradores ou os departamentos de produção, logística, vendas, compras, qualidade e serviços de contabilidade.</p> <p><u>Externo</u><br/>Ele/ela está em contacto com clientes, fornecedores, seguradoras, bancos, fornecedores de serviços de transporte, agentes de expedição, serviços aduaneiros, organismos de certificação, serviços públicos, Governo e/ou autoridades locais, a nível nacional ou internacional.</p> |
| <u>Resultados esperados</u>   |   |   |
| <p>Seleção do prestador de serviços mais adequado e fiável para cada uma das operações subcontratadas.</p> <p>Acompanhamento adequado das atividades dos prestadores de serviços, indo ao encontro das expectativas do cliente e garantindo eficiência e rentabilidade.</p> <p>Uma gestão administrativa eficiente, eficaz e que permita a rastreabilidade das atividades de import-export.</p> <p>Gestão eficiente das atividades, parceiros e processos de trabalho em conformidade com os mais recentes critérios de qualidade e normas internacionais.</p> <p>Recomendações para uma possível melhoria dos procedimentos; propostas para o tratamento de reclamações, não conformidades e incidentes.</p> <p>Cumprimento das normas ambientais e éticas.</p>  |   |   |

## Atividade 5: Gestão de relações profissionais em contexto multicultural

A5T1 Comunicação num ambiente multicultural numa língua estrangeira

A5T2 Implementação de relações comerciais num ambiente multicultural dentro e fora da UE

| <u>Contexto de trabalho e responsabilidades profissionais</u>   |  |   |
|---|--|---|
| <p>Em cada atividade comercial e operacional que o Técnico/a Especialista em Comércio Internacional realiza, ele/ela precisa de uma comunicação persuasiva na língua nacional e em línguas estrangeiras (inglês, obrigatório).</p> <p>O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional deve comunicar oralmente, de forma fluente e espontânea, na língua nacional e em inglês e/ou noutra língua a fim de identificar as necessidades dos clientes e garantir o serviço, realizar atividades de aconselhamento e resolver possíveis conflitos e incidentes.</p> <p>Ele/ela deve comunicar por escrito, de forma coerente, em qualquer suporte, mostrando autonomia na produção de documentos de cariz profissional.</p> <p>Ele/ela precisa de construir e manter uma rede multicultural de contactos que ele/ela deve gerir de forma flexível de acordo com uma variedade de situações.</p> <p>O nível de autonomia e responsabilidade do Técnico/a Especialista em Comércio Internacional depende da dimensão da empresa.</p> |  |   |
| Informação relevante para o trabalho  | Equipamento necessário   | Contactos profissionais   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de dados de contactos profissionais (clientes, parceiros/fornecedores, colaboradores)</li> <li>- Técnicas de comunicação num contexto multicultural e em línguas estrangeiras</li> <li>- Códigos culturais para a comunicação profissional e modelos de práticas profissionais</li> <li>- Protocolos de comunicação da empresa e dos contactos profissionais</li> <li>- Descrição precisa dos relacionamentos (objetivos, meios humanos e materiais)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terminais fixos e móveis</li> <li>- Websites de tradução para facilitar a comunicação</li> <li>- Websites para aprofundar a aprendizagem de línguas estrangeiras</li> <li>- Webinars de organizações privadas ou públicas sobre diferentes culturas e mercados estrangeiros</li> <li>- Internet / Intranet / Extranet</li> <li>- Ferramentas colaborativas</li> <li>- Programas informáticos</li> </ul> | <p><u>Interno</u><br/>Ele/ela está em contacto com os colaboradores de marketing, vendas, compras e serviços de qualidade.</p> <p><u>Externo</u><br/>Ele/ela está em contacto com clientes, prestadores de serviços, serviços públicos, câmaras de comércio e autoridades governamentais e/ou locais a nível nacional ou internacional.</p> |
| <u>Resultados esperados</u>   |  |   |
| <p>Uma boa compreensão das práticas profissionais e do contexto socioeconómico e cultural dos países-alvo.</p> <p>Uma difusão de informação útil e relevante sobre as práticas comerciais dos diferentes países-alvo junto dos colaboradores envolvidos.</p> <p>Uma utilização e adaptação eficaz das técnicas de comunicação às pessoas e às situações.</p> <p>Uma comunicação oral e escrita eficaz na língua nacional e na língua estrangeira exigida, respeitando os códigos e normas do país estrangeiro em questão.</p> <p>Uma rede de contactos profissionais e base de dados atualizadas.</p> <p>Manutenção e ampliação de uma rede de contactos eficaz e de relações de confiança.</p>   |  |   |

## 6 Repertório de Competências

### Correspondência entre atividades e unidades de competências

| <b>ATIVIDADES</b>  | <b>UNIDADES DE COMPETÊNCIAS</b>  |
|--|--|
| <b>Atividade 1: Monitorização de Mercados</b>                                  | <b>Unidade 1: Monitorizar informação de mercado para atividades de comercial internacional</b> |
| <b>Atividade 2: Exportação</b>   | <b>Unidade 2: Prospetar</b>  |
|  | <b>Unidade 3: Vender no estrangeiro</b>  |
|  | <b>Unidade 4: Assegurar o seguimento das vendas</b>  |
| <b>Atividade 3: Importação</b>   | <b>Unidade 5: Importar</b>   |
| <b>Atividade 4: Coordenação de serviços de apoio à importação e exportação</b> | <b>Unidade 6: Coordenar serviços</b>   |
| <b>Atividade 5: Gestão de relações profissionais em contexto multicultural</b> | <b>Unidade 7: Comunicar e gerir relações em contextos multiculturais</b>                       |

## **Competências transversais, autonomia e responsabilidade.**

Para ter sucesso no seu trabalho, o Técnico/a Especialista em Comércio Internacional apoia-se num leque alargado de competências transversais. Ele/ela demonstra flexibilidade, reatividade, criatividade, rigor, organização e respeito pela ética profissional, especialmente quando opera num contexto internacional. Ele/Ela está habituado a trabalhar em equipa, a ser um contribuinte ativo no âmbito de um projeto e a apresentar propostas, de forma voluntária.

Ao trabalhar no estrangeiro, ele/ela respeita os diferentes hábitos profissionais e as especificidades culturais. Pede-se que demonstre cortesia e respeito nas relações com as várias pessoas com que contacta profissionalmente, bem como capacidade para “adiar o julgamento” e sensibilidade às diferenças culturais em situação de trabalho. Ele/ela deve estar sempre ciente das regras internacionais sobre a proteção das populações e do ambiente. Ele/ela deve estar sempre consciente da situação geopolítica e das tendências económicas internacionais. Ele/ela deve também demonstrar um interesse genuíno nos novos processos de venda utilizando a digitalização, bem como nos novos métodos de venda.

O/a Técnico/a Especialista em Comércio Internacional deve ser autónomo no seu trabalho diário e será responsabilizado por ele. O seu nível de autonomia dependerá da dimensão e estrutura da empresa, da complexidade das atividades e processos de venda em que trabalha e da sua experiência de trabalho; em última análise, será determinado pelo gestor/decisor a quem presta contas. As suas ações e decisões autónomas terão impacto no desenvolvimento de uma economia mais sustentável e mais verde.

O/a Técnico/a Especialista em Comércio Internacional trabalha sob validação regular do seu/sua responsável hierárquico.

## Unidade nº 1: Monitorizar informação de mercado para atividades de comercial internacional

| Competências   | Conhecimentos  |
|--|--|
| <p><b>U1S1 – OBTER INFORMAÇÃO PARA O COMÉRCIO INTERNACIONAL</b></p> <p><b>U1S1.1</b> – Desenhar, planear e orçamentar o processo de obtenção de informação</p> <p><b>U1S1.2</b> – Selecionar informação e regulamentação comercial aplicável aos mercados estrangeiros</p> <p><b>U1S1.3</b> – Formular requisitos técnicos para estudos de mercado</p> | <p><b>U1K1</b> – Estudos de mercado</p> <p><b>U1K2</b> – Tendências em matéria de trocas internacionais</p> <p><b>U1K3</b> – Riscos, avaliações e <i>ratings</i> por país</p> <p><b>U1K4</b> – Estudos setoriais</p> <p><b>U1K5</b> – Ambiente legal internacional</p> <p><b>U1K6</b> – Regulamentação em matéria de ética e de ambiente</p> <p><b>U1K7</b> – Métodos de Análise Estatística</p> <p><b>U1K8</b> – Dados e informação</p> <p><b>U1K9</b> – Sistema de informação do negócio e ferramentas de “business intelligence”</p> <p><b>U1K10</b> – Proteção de dados e cibersegurança</p> |
| <p><b>U1S2 – PREPARAR A DECISÃO</b></p> <p><b>U1S2.1</b> – Monitorizar informação vital em termos de marketing</p> <p><b>U1S2.2</b>- Preparar relatórios para facilitar o processo de tomada de decisão</p>  |  |
| <p><u>Indicadores de Desempenho</u></p> <p>O processo de informação, de acordo com o orçamento, é coerente e documentado.</p> <p>A informação selecionada é relevante.</p> <p>A informação vital em termos de marketing está atualizada.</p> <p>Os relatórios são estruturados, relevantes e úteis para o processo de tomada de decisão.</p>           |  |

## Unidade nº2: Prospetar

| Competências  | Conhecimentos  |
|---|--|
| <b>U2S1 – PREPARAR A PROSPEÇÃO</b><br><b>U2S1.1</b> – Atribuir tarefas ao staff de acordo com os recursos e objetivos<br><b>U2S1.2</b> – Selecionar subcontratados  | <b>U2K1</b> – Função prospeção<br><b>U2K2</b> – Planeamento e orçamentação da prospeção<br><b>U2K3</b> – Apoios e incentivos à exportação<br><b>U2K4</b> – Critérios de segmentação<br><b>U2K5</b> – Ferramentas para prospeção internacional  |
| <b>U2S2 – IDENTIFICAR POTENCIAIS CLIENTES</b><br><b>U2S2.1</b> – Definir os perfis de potenciais clientes<br><b>U2S2.2</b> – Criar contactos de negócio<br><b>U2S2.3</b> – Respeitar regras comerciais e ética de negócio   | <b>U2K6</b> – Feiras e eventos internacionais<br><b>U2K7</b> – Técnicas de comunicação e promoção internacionais<br><b>U2K8</b> – Ferramentas digitais para interação com clientes e personalização da relação com clientes internacionais<br><b>U2K9</b> – Follow-up e avaliação da prospeção internacional |
| <b>U2S3 – AVALIAR A PROSPEÇÃO</b><br><b>U2S3.1</b> – Reportar resultados da prospeção<br><b>U2S3.2</b> – Avaliar a prospeção comparativamente com os objetivos comerciais<br><b>U2S3.3</b> – Sugerir adaptação de procedimentos   | <b>U2K10</b> – Ética e legislação na função prospeção  |
| <p><u>Indicadores de Desempenho</u></p> <p>O plano de prospeção é apropriado.</p> <p>A escolha de subcontratados vai de encontro às necessidades.</p> <p>Os potenciais clientes são escolhidos de acordo com objetivos comerciais, respeitando as regras e a ética do negócio.</p> <p>Os contactos comerciais estão atualizados.</p> <p>O relatório de prospeção é estruturado, relevante e útil para o processo de tomada de decisão.</p> <p>A avaliação da campanha de prospeção e as sugestões de melhoramentos são relevantes e úteis no processo de tomada de decisão.</p> |  |

### Unidade nº 3: Vender no estrangeiro

| Competências   | Conhecimentos  |
|--|--|
| <p><b>U3S1 – PREPARAR OS CONTRATOS DE VENDAS INTERNACIONAIS</b></p> <p><b>U3S1.1</b> – Identificar as regras e a forma habitual para acordos internacionais ou contratos de vendas</p> <p><b>U3S1.2</b> – Selecionar os tipos de contrato apropriados e os parceiros contratuais relevantes</p> <p><b>U3S1.3</b> – Qualificar a estratégia de vendas do cliente</p> <p><b>U3S1.4</b> – Preparar os conteúdos principais de um contrato de vendas internacional</p> | <p><b>U3K1-</b> Contratos Nacionais, Europeus e Internacionais</p> <p><b>U3K2-</b> Incoterms</p> <p><b>U3K3-</b> Métodos de financiamento para contratos internacionais</p> <p><b>U3K4-</b> Meios de pagamento internacionais</p> <p><b>U3K5-</b> IPD (Indicadores principais de desempenho)</p> <p><b>U3K6-</b> Ferramentas administrativas, de seguros e de financiamento</p> <p><b>U3K7-</b> Documentos para a venda no estrangeiro</p> <p><b>U3K8-</b> Táticas e estratégias de negociação</p> |
| <p><b>U3S2 –ASSEGURAR UM CONTRATO DE VENDAS INTERNACIONAL</b></p> <p><b>U3S2.1</b> – Verificar os aspetos de financiamento do cliente</p> <p><b>U3S2.2</b> – Verificar o planeamento de liquidez interna</p> <p><b>U3S2.3-</b> Selecionar as ferramentas administrativas e financeiras para assegurar o contrato de vendas internacional</p> <p><b>U3S2.4-</b> Prever problemas relacionados com a aplicação do contrato e preparar soluções</p>                   |  |
| <p><b>U3S3- PARTICIPAR NA NEGOCIAÇÃO DE CONTRATOS</b></p> <p><b>U3S3.1-</b> Aplicar as técnicas de negociação para venda direta</p> <p><b>U3S3.2-</b> Aplicar as técnicas de negociação para distribuição indireta</p> <p><b>U3S3.3-</b> Aplicar as técnicas de negociação para o comércio digital</p>   |  |
| <p><u>Indicadores de desempenho</u></p> <p>As necessidades do cliente são respeitadas.</p> <p>Os conteúdos principais dos contratos estão em linha com os requisitos do cliente e de acordo com a lei.</p> <p>A solvabilidade do cliente foi verificada.</p> <p>Os problemas são identificados previamente e as soluções antecipadas.</p> <p>As técnicas de negociação são eficientes.</p>   |  |

#### Unidade nº 4: Assegurar o seguimento das vendas

| Competências  | Conhecimentos   |
|---|---|
| <p><b>U4S1</b> – Preparar as vendas de follow-up</p> <p><b>U4S1.1</b> – Implementar um registo internacional e follow-up de clientes</p> <p><b>U4S1.2</b> – Selecionar os indicadores comerciais</p> <p><b>U4S1.3</b> – Reportar as vendas de seguimento</p> <p><b>U4S1.4</b> – Atualizar o Sistema de contacto de clientes internacionais</p>  | <p><b>U4K1</b> – Indicadores comerciais</p> <p><b>U4K2</b> – Sistema de informação comercial</p> <p><b>U4K3</b> – Técnicas de contacto com clientes</p> <p><b>U4K4</b> – Inteligência artificial para monitorizar as relações com clientes internacionais</p> <p><b>U4K5</b> – Personalização da relação com os clientes</p> <p><b>U4K6</b> – Relação sustentável com o cliente</p> <p><b>U4K7</b> – Up-selling e cross-selling</p> |
| <p><b>U4S2</b> – Enriquecer a interação com os clientes</p> <p><b>U4S2.1</b> – Atendimento a clientes internacionais</p> <p><b>U4S2.2</b> – Adaptar o serviço comercial</p> <p><b>U4S2.3</b> – Dar seguimento aos comentários e reações dos clientes internacionais nas redes sociais</p> <p><b>U4S2.4</b> – Promover relações sustentáveis com os clientes internacionais</p> <p><b>U4S2.5</b> – Estender as relações comerciais ao up-selling e cross-selling</p> |   |
| <p><u>Indicadores de desempenho</u></p> <p>As vendas são registadas e atualizadas.</p> <p>Os indicadores comerciais são relevantes para o processo de tomada de decisão.</p> <p>O serviço comercial é feito por medida.</p> <p>Os comentários e reações dos clientes são analisados.</p> <p>Os relatórios são estruturados, relevantes e úteis para o processo de tomada de decisão.</p> <p>A relação criada com o cliente é sustentável e consolidada.</p>         |   |

## Unidade nº5: Importar

| Competências  | Conhecimentos   |
|---|---|
| <p><b>U5S1 – SELECIONAR FORNECEDORES</b><br/> <b>U5S1.1</b> – Identificar os potenciais fornecedores<br/> <b>U5S1.2</b> – Preparar pedidos sobre uma oferta<br/> <b>U5S1.3</b> – Analisar as ofertas e preparar a escolha de fornecedores</p>   | <p><b>U5K1</b> – Especificações da oferta de compra<br/> <b>U5K2</b> – Contratação e aquisição<br/> <b>U5K3</b> – Avaliação financeira do fornecedor<br/> <b>U5K4</b> – Mercado, plataformas de compra, leilões online, e-sourcing<br/> <b>U5K5</b> – Acordos de comércio internacionais e acordos ambientais multilaterais<br/> <b>U5K6</b> – Contratos de aquisição<br/> <b>U5K7</b> – Utilização de instrumentos de gestão de compras<br/> <b>U5K8</b> – Avaliação do desempenho dos fornecedores<br/> <b>U5K9</b> – Sistema de informação de fornecedores</p> |
| <p><b>U5S2 – APOIAR A NEGOCIAÇÃO DE COMPRA</b><br/> <b>U5S2.1</b> – Preparar estratégias e técnicas aplicadas ao processo de negociação da compra<br/> <b>U5S2.2</b> – Organizar a negociação com um fornecedor estrangeiro</p>   |   |
| <p><b>U5S3 – DAR SEGUIMENTO ÀS ATIVIDADES DE IMPORTAÇÃO</b><br/> <b>U5S3.1</b> – Monitorizar e controlar a adesão aos contratos<br/> <b>U5S3.2</b> – Aplicar protocolos para resolver situações de conflito</p>   |   |
| <p><u>Indicadores de desempenho</u><br/> A informação relativa aos fornecedores e prestadores de serviço é fiável.<br/> A base de dados de seleção é relevante e está atualizada.<br/> A monitorização dos processos de compra é eficaz e eficiente.<br/> A análise de propostas de fornecimento é estruturada para a tomada de decisão.<br/> A gestão de conflitos e reclamações é adequada.</p> |   |

## Unidade nº 6: Coordenar serviços

| Competências  | Conhecimentos   |
|---|---|
| <p><b>U6S1 – GERIR AS OPERAÇÕES INTERNACIONAIS</b></p> <p><b>U6S1.1</b> – Selecionar os prestadores de serviço</p> <p><b>U6S1.2</b> – Coordenar e dar seguimento a processos de compra e venda</p> <p><b>U6S1.3</b> – Assegurar a gestão da relação de serviço com diferentes parceiros</p>           | <p><b>U6K1</b> – Critérios de objetivos de desenvolvimento sustentável / RSE (Responsabilidade Social Empresarial e GSA (Gestão Social Ambiental)</p> <p><b>U6K2</b> – Meios de transporte, convenções internacionais de transporte, regras de cotação</p> <p><b>U6K3</b> - Incoterms</p> <p><b>U6K4</b> – Meios e técnicas de pagamento</p> <p><b>U6K5</b> – Alfândega e documentos aduaneiros</p> <p><b>U6K6</b> – Mecanismo de IVA Comunitário</p> <p><b>U6K7</b> – Gestão de risco</p> <p><b>U6K8</b> – Tipologia de reclamações e litígios</p> <p><b>U6K9</b> – Soluções para reclamações e litígios</p> <p><b>U6K10</b> – Ferramentas e métodos para avaliar e comparar ofertas</p> |
| <p><b>U6S2 – GERIR RECLAMAÇÕES E LITÍGIOS</b></p> <p><b>U6S2.1</b> – Documentar reclamações e litígios</p> <p><b>U6S2.2</b> – Encaminhar para as pessoas responsáveis</p> <p><b>U6S2.3</b> – Reportar aos clientes</p>  |   |
| <p><u>Indicadores de Desempenho</u></p> <p>A escolha de fornecedores é relevante.</p> <p>Todos os processos são levados a cabo de acordo com padrões profissionais.</p> <p>Os acordos de parceria são corretamente conduzidos.</p> <p>Os relatórios para o cliente são estruturados e relevantes.</p> |   |

## Unidade nº 7: Comunicar e gerir relações em contextos multiculturais

| Competências   | Conhecimentos   |
|--|---|
| <p><b>U7S1 – COMUNICAR EM INGLÊS E OUTRA LÍNGUA ESTRANGEIRA INTEGRANDO ELEMENTOS SOCIOCULTURAIS</b></p> <p><b>U7S1.1</b> – Recolher informação relacionada com práticas de negócio, sociais e culturais</p> <p><b>U7S1.2</b> – Integrar as diferenças culturais</p> <p><b>U7S1.3</b> – Produzir mensagens profissionais orais para interagir com contactos de outras culturas</p> <p><b>U7S1.4</b> – Produzir documentos profissionais escritos com o objetivo de interagir com contactos de outras culturas</p> | <p><b>U7K1</b> – Comunicação profissional oral e escrita na língua utilizada no ambiente de trabalho</p> <p><b>U7K2</b> – Comunicação profissional oral e escrita em Inglês, ao nível B2 do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas</p> <p><b>U7K3</b> – Comunicação profissional oral e escrita noutra língua estrangeira, ao nível B2 do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas</p> <p><b>U7K4</b> – Técnicas e modelos de comunicação num contexto multicultural</p> <p><b>U7K5</b> – Tipos e estilos de comunicação não-verbal</p> <p><b>U7K6</b> – Condutas e práticas culturais (costumes/hábitos/rituais)</p> <p><b>U7K7</b> – Gestão de relações interculturais</p> <p><b>U7K8</b> – Etiqueta e protocolo empresarial</p> <p><b>U7K9</b> – Enquadramento legal para as relações laborais individuais e de grupo nos países-alvo</p> <p><b>U7K10</b> – Gestão de sistemas de informação</p> |
| <p><b>U7S2 – IMPLEMENTAR, GERIR E IMPULSIONAR UMA REDE DE CONTACTOS INTERNACIONAL</b></p> <p><b>U7S2.1</b> – Constituir uma base de dados e rede de contactos multicultural</p> <p><b>U7S2.2</b> – Manter uma base de dados e uma rede de contactos multicultural</p> <p><b>U7S3.3</b> – Dinamizar uma rede de contactos profissional num contexto multicultural</p>   |   |
| <p><u>Indicadores de desempenho</u></p> <p>A comunicação oral e escrita é eficiente e respeita as diferenças culturais dos grupos-alvo.</p> <p>A base de dados de contactos internacionais é estruturada, atualizada e relevante.</p> <p>A rede de contactos profissionais está ativa e atualizada.</p> <p>A rede de contactos profissionais contribui positivamente para a atividade de negócio internacional.</p>  |   |