

Painel / Panel

Apresentação do Projeto ALL-ECOM / ALL-ECOM Project Presentation

Membros da Equipa de Projeto / Project Team Members:

- Emilia Martín, FETICO - Federação dos Trabalhadores Independentes do Comércio (*Federation of Independent Workers of Commerce*) (Espanha/*Spain*)
- Rita Siborro, CCP (Portugal)
- Cristina Dimas, CECOIA (Portugal)
- Teresa Duarte, ANQEP, I.P. (Portugal)
- Eva Janusch, nowa Training | Beratung | Projektmanagement (Áustria/*Austria*)
- Ramón Zayas Manero, IBECON (Espanha/*Spain*)

Project Presentation

ALL-ECOM PROJECT

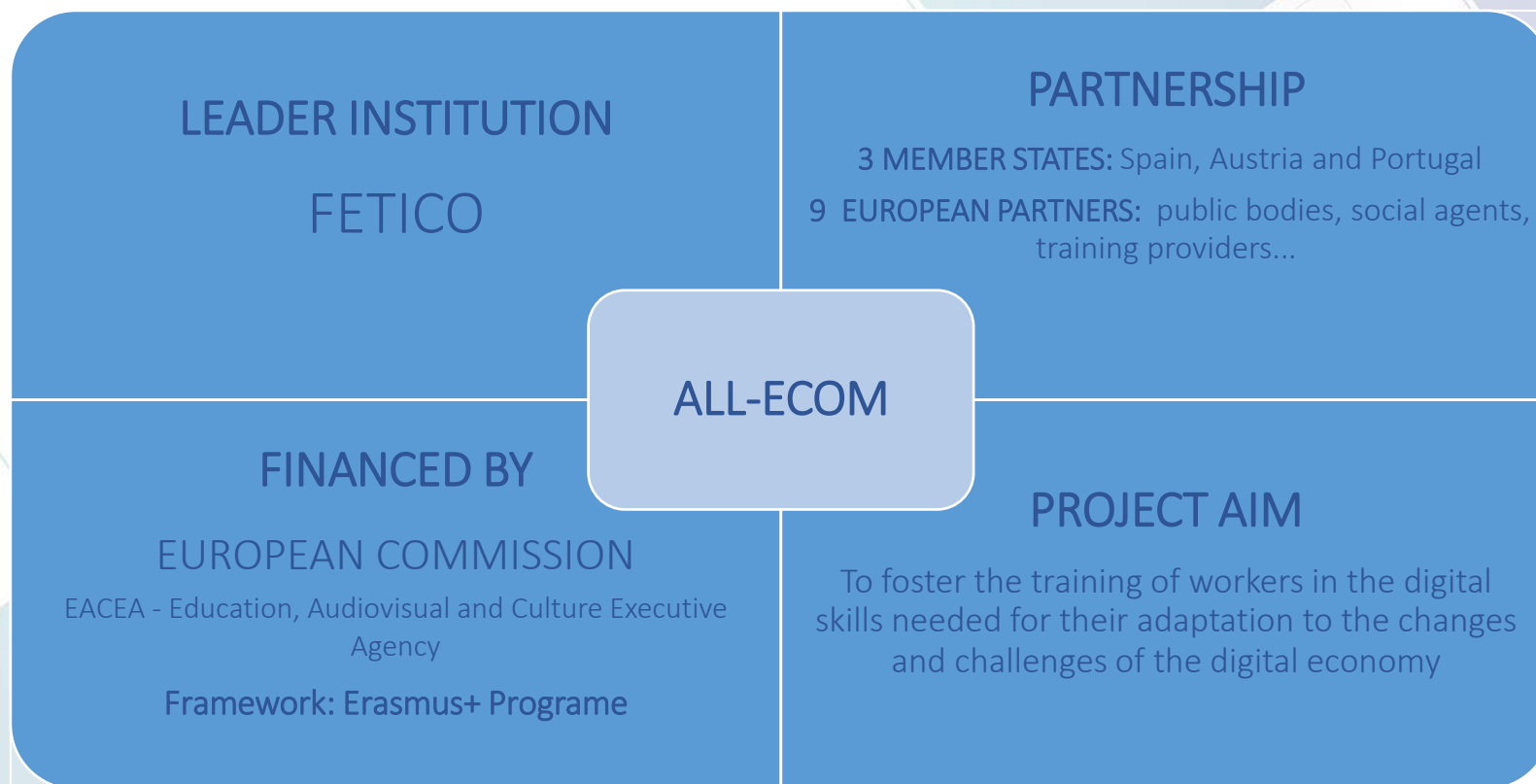
“SECTOR SKILLS ALLIANCE TO SET EUROPEAN STANDARDS FOR QUALIFICATION AND SKILLS IN THE E-COMMERCE SECTOR”

Ref. 554486-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA2-SSA

Electronic commerce or **e-commerce** refers to a type of business model that enables a firm from retail and wholesale commerce sector to conduct business through Internet.

The ALL-ECOM project focuses on a category of e-commerce that operates in the market segment of business to consumer (B2C). The B2C model focuses on direct selling and marketing between a business and a consumer via an e-commerce website.

The ALL-ECOM project will be mainly focusing on the B2C category as it aims to increase the level of information and understanding about all the possibilities that e-commerce can bring to the commerce sector in the participating countries.

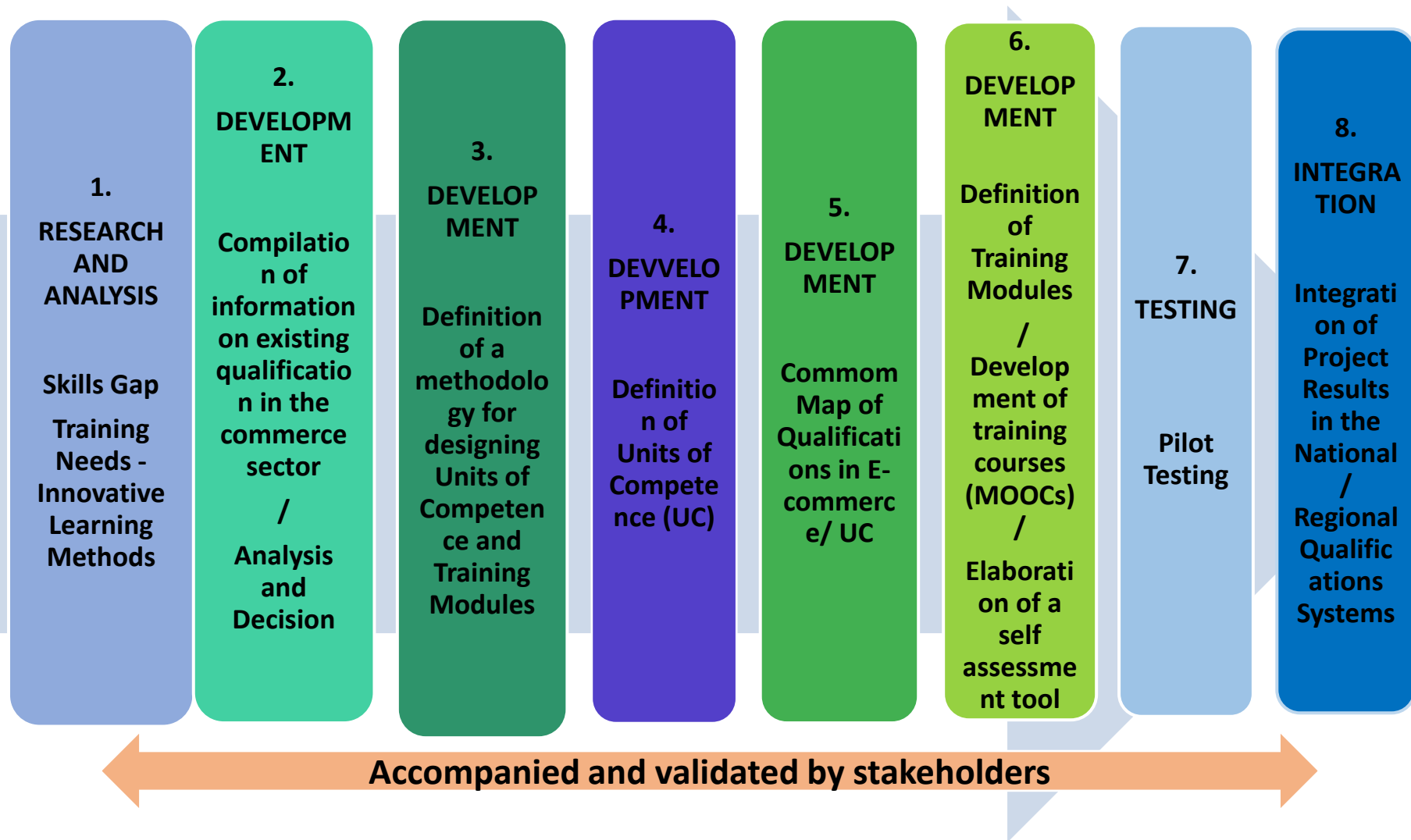


PARTNERSHIP		
COUNTRY	PARTNER	TYPE OF ENTITY
FETICO	SPAIN	SOCIAL PARTNER
IBECON	SPAIN	VET PROVIDER
SOC	SPAIN	REGIONAL COMPETENT BODY
CCP	PORTUGAL	SOCIAL PARTNER
CECOA	PORTUGAL	VET PROVIDER
ANQEP	PORTUGAL	QUALIFICATION COMPETENT BODY
GPA-djp	AUSTRIA	SOCIAL PARTNER / QUALIFICATION COMPETENT BODY
NOWA	AUSTRIA	EDUCATIONAL CENTER-ADULT EDUCATION
WIRTSCHAFTSKAMMER	AUSTRIA	SOCIAL PARTNER / QUALIFICATION COMPETENT BODY

TARGET GROUPS

Direct beneficiaries: workers, employers and entrepreneurs of the commerce sector.

Indirect beneficiaries: Social agents (employers 'organizations and trade unions); public bodies with competences in the designing and development of vocational education and training; Training providers and other entities involved in the sector and topic of the project.



GLOBAL RESULTS ACHIEVED IN THE ALL-COM PROJECT

- More than 400 workers and employers have participated actively in the research phase of the project.
- More than 1.000 stakeholders receive periodically project information through the different channels used and materials developed.

Project brochure

Project web site:
<http://www.allecom.org>

Press releases



Newsletters



GLOBAL RESULTS ACHIEVED IN THE ALL-COM PROJECT

- Two Transnational Training Staff mobility's have taken place in Barcelona and in Lisbon about:
 - *“Design of Qualifications under European approaches”*
 - *“Update and further development of qualifications in the commerce sector”*
- More than 100 stakeholders have participated in the working groups and meetings organized for the validation of project results in the partners countries.



RESULTS ACHIEVED IN THE ALL-COM PROJECT

- A total of 122 workers, employers and entrepreneurs of the commerce sector have participated in the pilot courses of the MOOC's developed and in the testing of the self-assessment of competences tool in the three partners countries.
- We are working on a "Sustainability and Exploitation Plan" to ensure the future use of these results after the project finished.
- All project results are accessible through the project website:

<http://www.allecom.org>

ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

OBJETIVOS



Analisar o estado-da-arte do setor do comércio sobre comércio eletrónico, oportunidades, barreiras e desafios;



Identificar as qualificações, competências e necessidades de formação, relacionados com a utilização das TIC no setor do comércio;



Estabelecer a base para a definição de novos resultados de aprendizagem a serem incluídos nos quadros nacionais de qualificações dos países que irão implementar as medidas.

ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

ABORDAGEM METODOLÓGICA

- Dados estatísticos nacionais e internacionais
- Estudos similares

Pesquisa documental



- Inquéritos empregadores (n=50)
- Inquéritos trabalhadores (n=50)

Pesquisa quantitativa



- Focus group stakeholders (6-9)
- Focus group empregadores e trabalhadores (6-9)
- Entrevistas
- Consultas via email

Pesquisa qualitativa



Princípios da diversidade de métodos e da proximidade com os agentes

ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

PESQUISA DOCUMENTAL: ALGUMAS CONCLUSÕES

Número de empresas

Em ES e PT 70% das empresas do setor pertencem ao retalho e 30% ao ramo grossista. Na AT a proporção é de 62% para 38%.

Nos três países a maioria das empresas são micro e pequenas empresas representando estas 97% do total de empresas no ramo do retalho e 92% no ramo grossista.

Emprego no setor

PT e AT, 65% e 63% respetivamente de emprego no ramo de retalho e 35% e 37% no comércio por grosso.

Já ES apresenta uma proporção de 80% de n.º de pessoas no retalho e 20% no comércio por grosso.

Qualificações RH

Em PT e ES baixos níveis de qualificação com uma % expressiva de colaboradores com nível de qualificação 2 ou inferior. RH com nível 6 de qualificação ou +, apresentam pouca expressão no n.º total de trabalhadores do setor (14% em ambos os países).

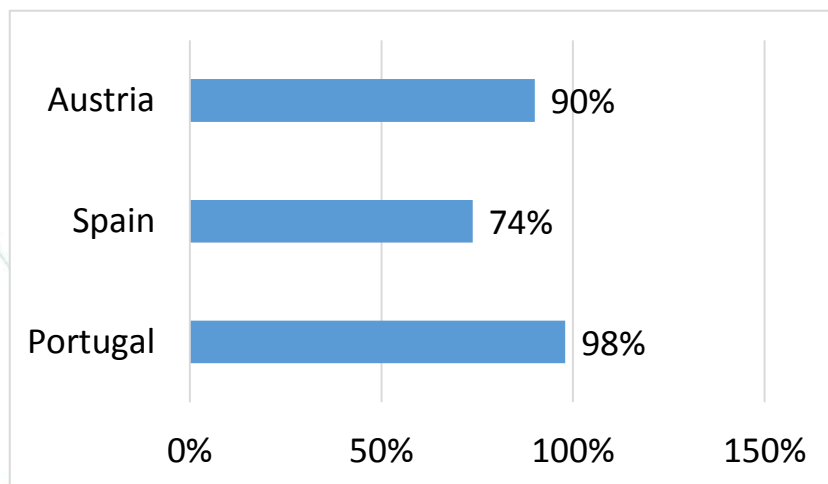
Na AT 63% dos trabalhadores completarem um curso médio vocacional ou de aprendizagem e apenas 15% detêm somente a escolaridade obrigatória.

Fonte: Institutos Nacionais de Estatística, 2014

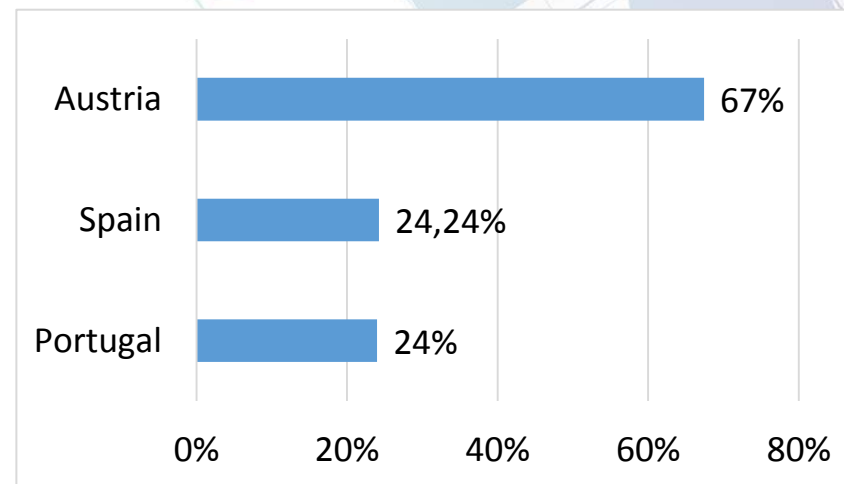
ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

PESQUISA DOCUMENTAL: ALGUMAS CONCLUSÕES

Empresas com Ligação à Internet



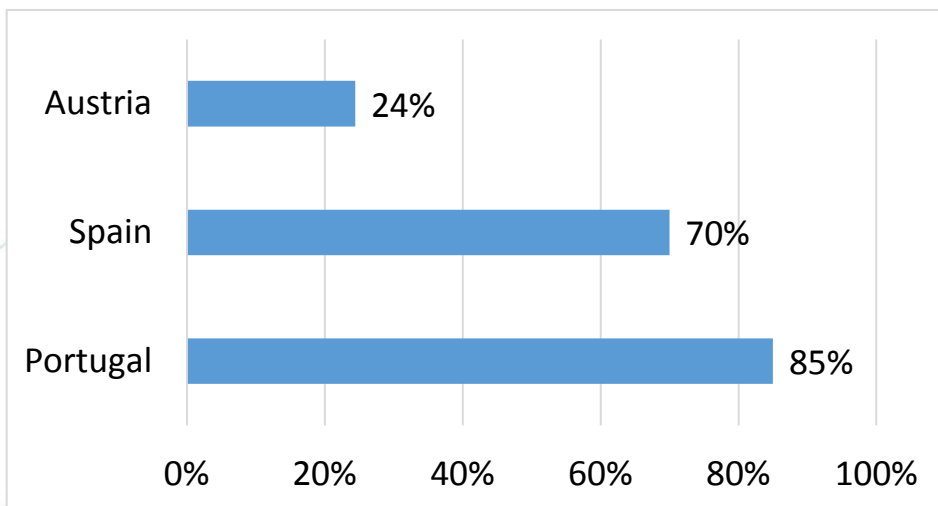
Utilização do comércio eletrónico pelas empresas



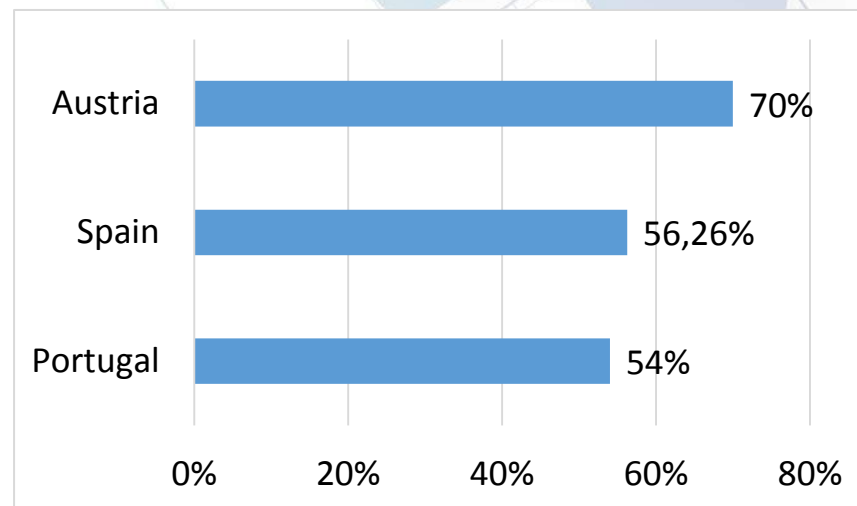
Fonte: Institutos Nacionais de Estatística, 2014

ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS PESQUISA DOCUMENTAL: ALGUMAS CONCLUSÕES

Empresas que usam a internet para interagir com organismos públicos



Empresas com presença na internet



Fonte: Institutos Nacionais de Estatística, 2014

ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

PESQUISA DOCUMENTAL: ALGUMAS CONCLUSÕES

- No que diz respeito à presença na Internet, por dimensão das empresas, em Portugal, as **empresas mais pequenas têm a percentagem mais baixa de utilização desta ferramenta**, embora as empresas de média e grande dimensão sigam os mesmos padrões observados em empresas da Espanha e da Áustria.

Presença na internet



- As empresas que utilizam softwares específicos como de CRM, p.e. são, na sua maioria, empresas de grande dimensão (+250 trabalhadores).
- Quando comparamos os três países, a Espanha é o país com maior percentagem de empresas que usam esse tipo de software.

Utilização de software



ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS PESQUISA DOCUMENTAL: ALGUMAS CONCLUSÕES

Tendências: impulsionadores de mudança no setor

Globalização

Consumidores mais informados

Valorização da assistência, qualidade serviço e aconselhamento

Realidade omnicanal, maximização da experiência de consumo

Showrooms prévios à compra online

TIC nas várias áreas funcionais da empresa

Preocupações com a proteção ambiental e com a sustentabilidade

ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

PESQUISA DOCUMENTAL: ALGUMAS CONCLUSÕES

Tendências:

impulsionadores de mudança no setor

A expansão da internet e o rápido desenvolvimento das TIC abrem novas oportunidades nos campos de comunicação, marketing, publicidade, vendas e distribuição.

Importância do comércio social

Necessidade de desenvolvimento de novos perfis e empregos (ou funções) no setor: antecipação de competências é premente

Locais de trabalho como espaços aprendentes e a aprendizagem ao longo da vida como princípio transversal

ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

PESQUISA QUANTITATIVA: ALGUMAS CONCLUSÕES

Competências digitais e tecnológicas + importantes

- Competências básicas de informática
- Competências digitais gerais
- Conhecimentos acerca do comportamento do consumidor digital
- Uso das redes sociais para comunicar com o cliente
- Uso do comércio eletrónico e das redes sociais para aumentar as vendas

Competências atitudinais + importantes

- Trabalho em equipa: cooperação, comunicação positiva
- Foco nos resultados
- Responsabilidade e compromisso com a execução de tarefas atribuídas
- Autonomia
- Abertura à mudança: aceitação da diversidade, colaboração na mudança

Novas profissões emergentes

- E-merchandise
- Empregado de comércio eletrónico de front office/ assistente de loja online
- Técnico especialista em comércio eletrónico
- Empreendedor em comércio eletrónico

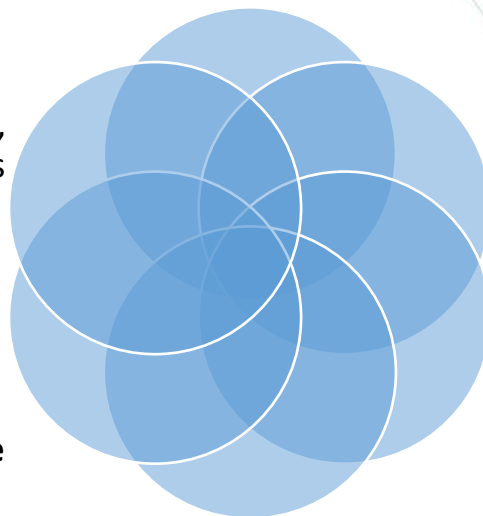
ESTUDO DO DÉFICE DE COMPETÊNCIAS

RECOMENDAÇÕES

Necessidade de **atualizar as existentes e de criar novas qualificações** para responder às necessidades de competências resultantes das tendências identificadas;

Dadas as perspectivas de empregabilidade nas áreas TIC, será relevante implementar **estratégias de qualificação de reconversão**, em tempo útil, de RH qualificados de outras áreas para os empregos digitais;

Para responder ao défice de competências em TIC“ é imprescindível descobrir **novos públicos para as TIC e inovar nas ofertas de formação**. A formação deva conter conteúdos atualizados e ajustados às tendências; **empresas devem ser lugares de aprendizagem** quer para os empresários quer para os trabalhadores.



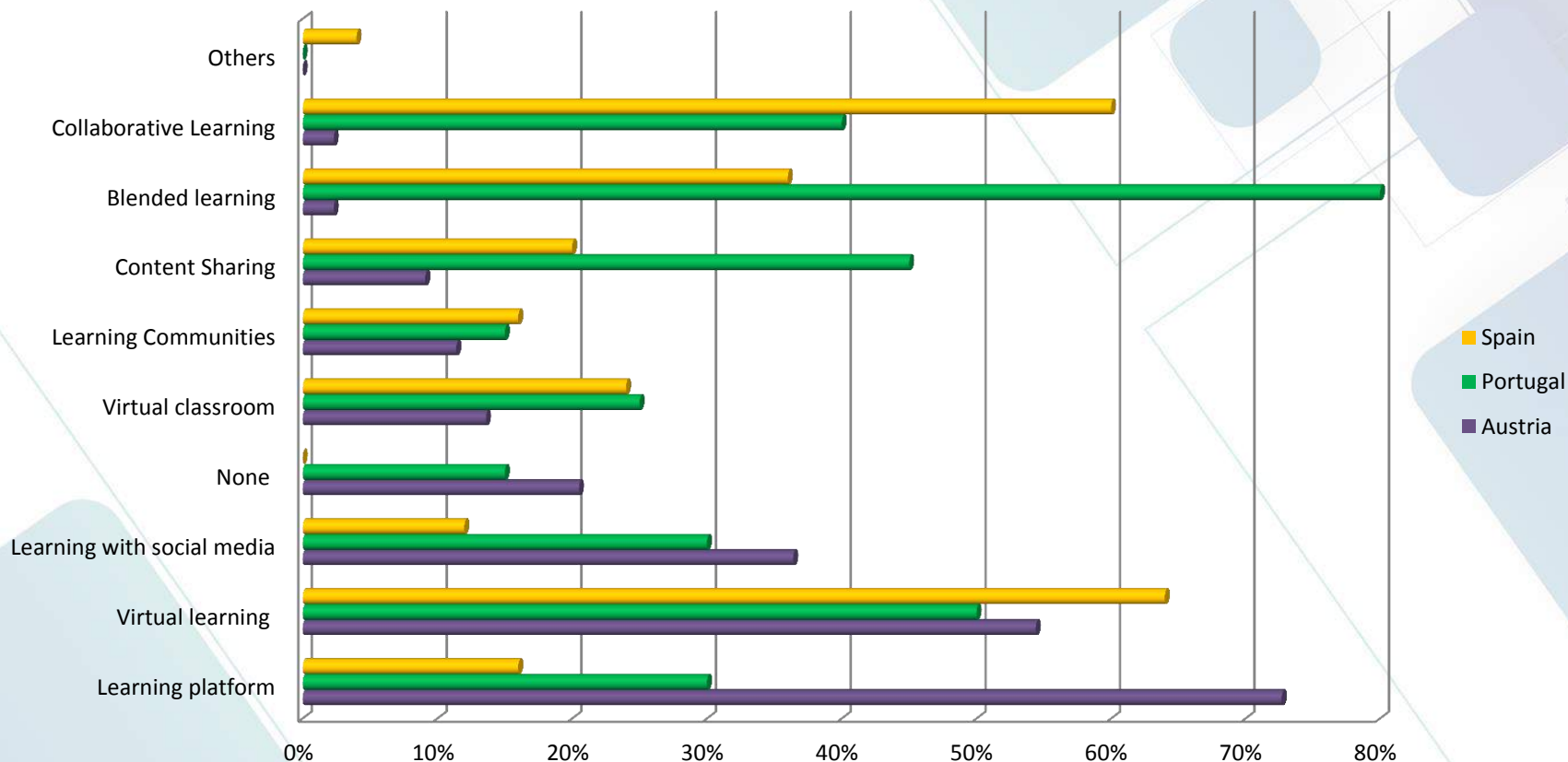
Assume-se igualmente como uma necessidade, **a qualificação dos segmentos do emprego marcados por baixas qualificações**;

Necessária **ligação entre instituições de educação e as empresas** com impacto na qualidade da formação dada e na empregabilidade dos formandos, bem como **a adequação urgente da oferta formativa às necessidades dos empregadores**;

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM “INOVADORES”

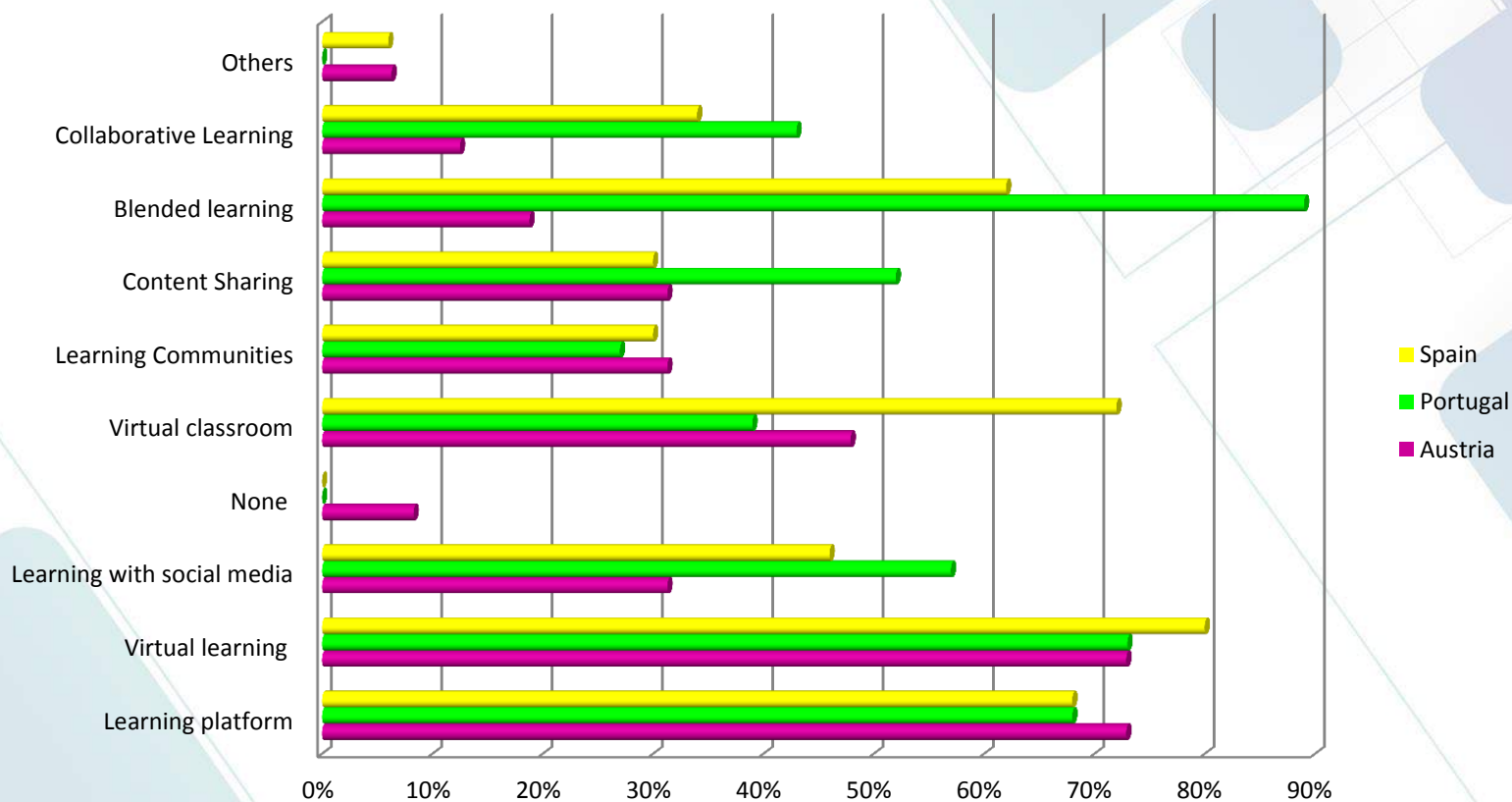
Que métodos de aprendizagem “inovadores” são conhecidos?

CONHECIDOS PELOS TRABALHADORES



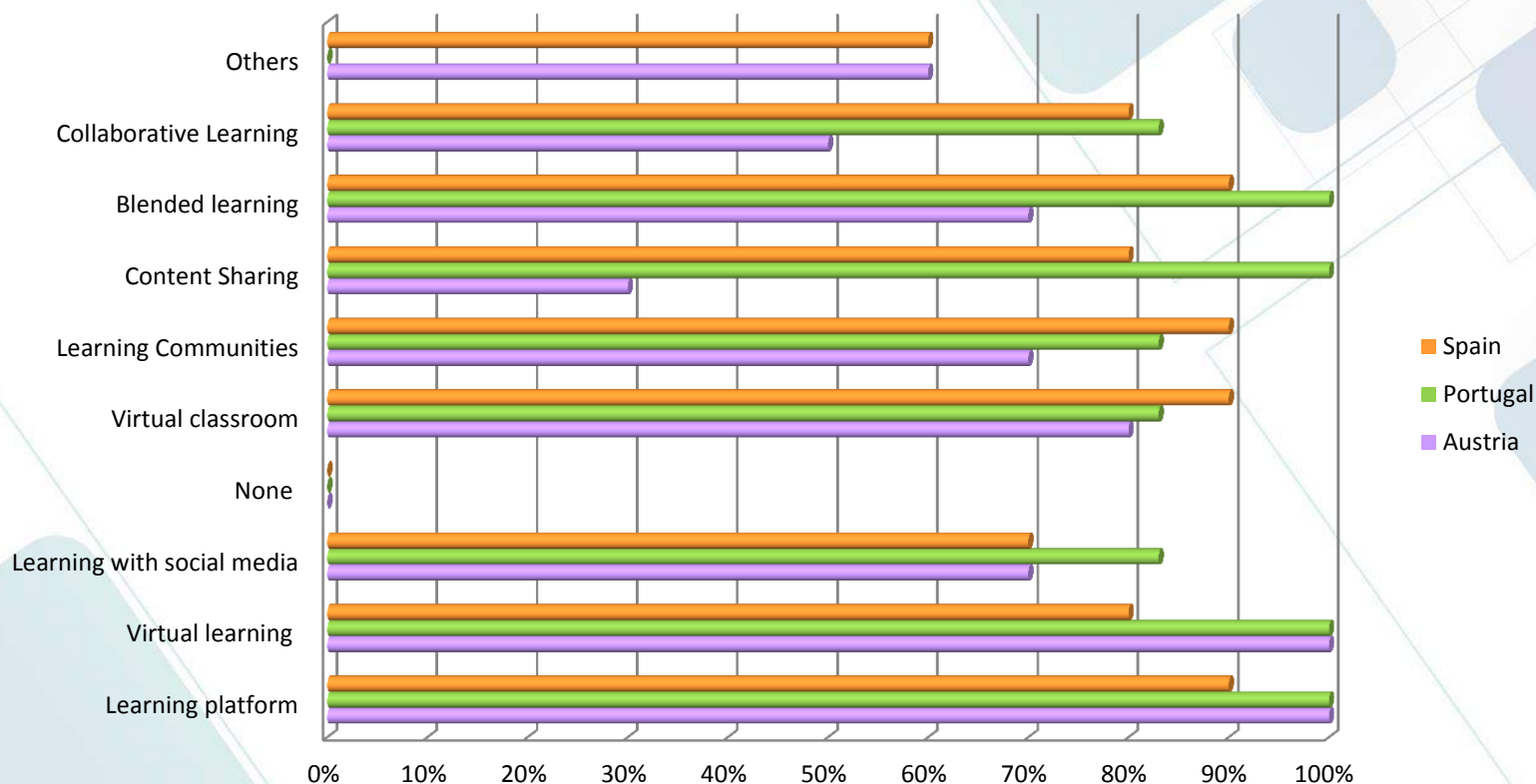
Que métodos de aprendizagem “inovadores” são conhecidos?

CONHECIDOS PELOS EMPREGADORES



Que métodos de aprendizagem “inovadores” são conhecidos?

CONHECIDOS PELOS STAKEHOLDERS

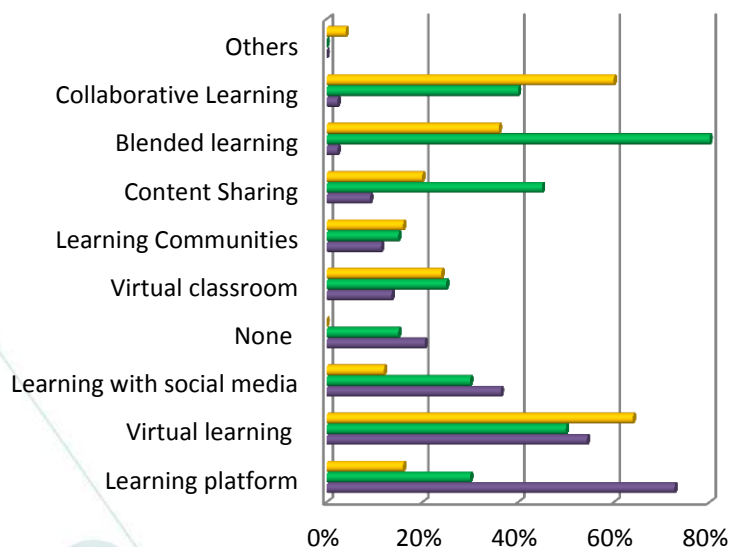


Que métodos de aprendizagem “inovadores” são conhecidos?

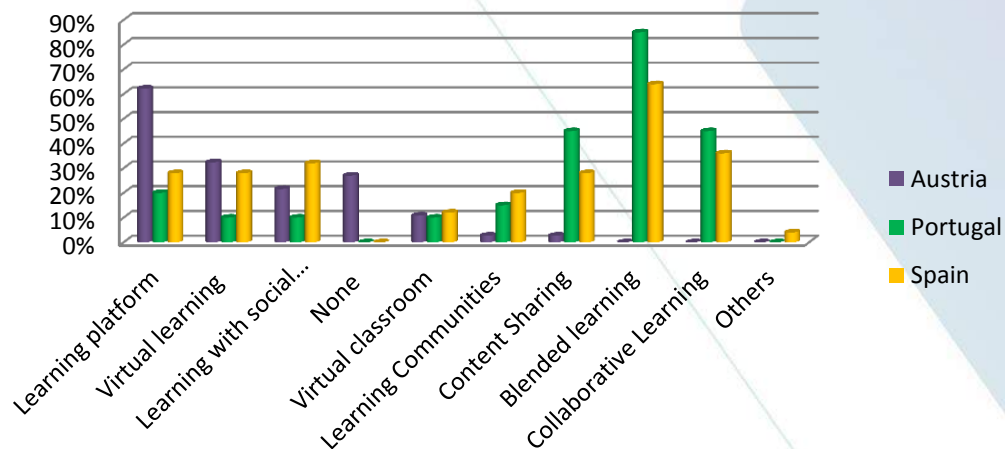
- Investigação revelou **diferenças entre os países**:
 - PT - *blended learning* e aprendizagem virtual
 - ES - aprendizagem colaborativa e *virtual learning*
 - AT - plataformas de aprendizagem
- **Poucas diferenças entre os grupos-alvo “trabalhadores” e “empregadores”**
- *Stakeholders* parecem conhecer quase todos os métodos

Que métodos de aprendizagem “inovadores” são os mais adequados?

CONHECIDOS PELOS TRABALHADORES



CONSIDERADOS ADEQUADOS / SOLICITADOS PELOS TRABALHADORES



Que métodos de aprendizagem “inovadores” são os mais adequados?

- **Alinhamento entre os métodos conhecidos e solicitados/ considerados adequados** (trabalhadores, empregadores e *stakeholders*)
- **Alinhamento entre os métodos oferecidos pelos operadores de formação e os conhecidos e solicitados**
 - “Responsabilidade” dos operadores de formação na oferta de métodos de ensino/aprendizagem “inovadores” = gera conhecimento sobre eles e motivação para o seu uso

O que tem de ser feito para motivar para a utilização de métodos de aprendizagem “inovadores”?

- Utilização de uma **combinação entre diferentes métodos de aprendizagem** (formação teórica em sala de aula, e-learning, prática simulada, formação no posto de trabalho, etc), tendo sempre como **foco o “aprendente”**
- **Adequação do método ao perfil do participante** (estilo de aprendizagem, nível de qualificação, etc)
- As melhores metodologias de ensino-aprendizagem corresponderão àquelas que **combinem a “motivação” com o “fazer” (aprender fazendo)**
- **Motivação para aprender** mais importante que a apetência para a tecnologia

O que tem de ser feito para motivar para a utilização de métodos de aprendizagem “inovadores”?

- É importante **dar a conhecer os métodos existentes**
- **Aumentar** o nível de competências básicas de informática - **literacia digital**
- Considerar uma etapa prévia no processo de ensino/aprendizagem mediado por tecnologia que é a da **“socialização com a tecnologia”**

DEFINITION OF LEARNING OUTCOMES AND COMMON MAP OF QUALIFICATIONS

Objectives

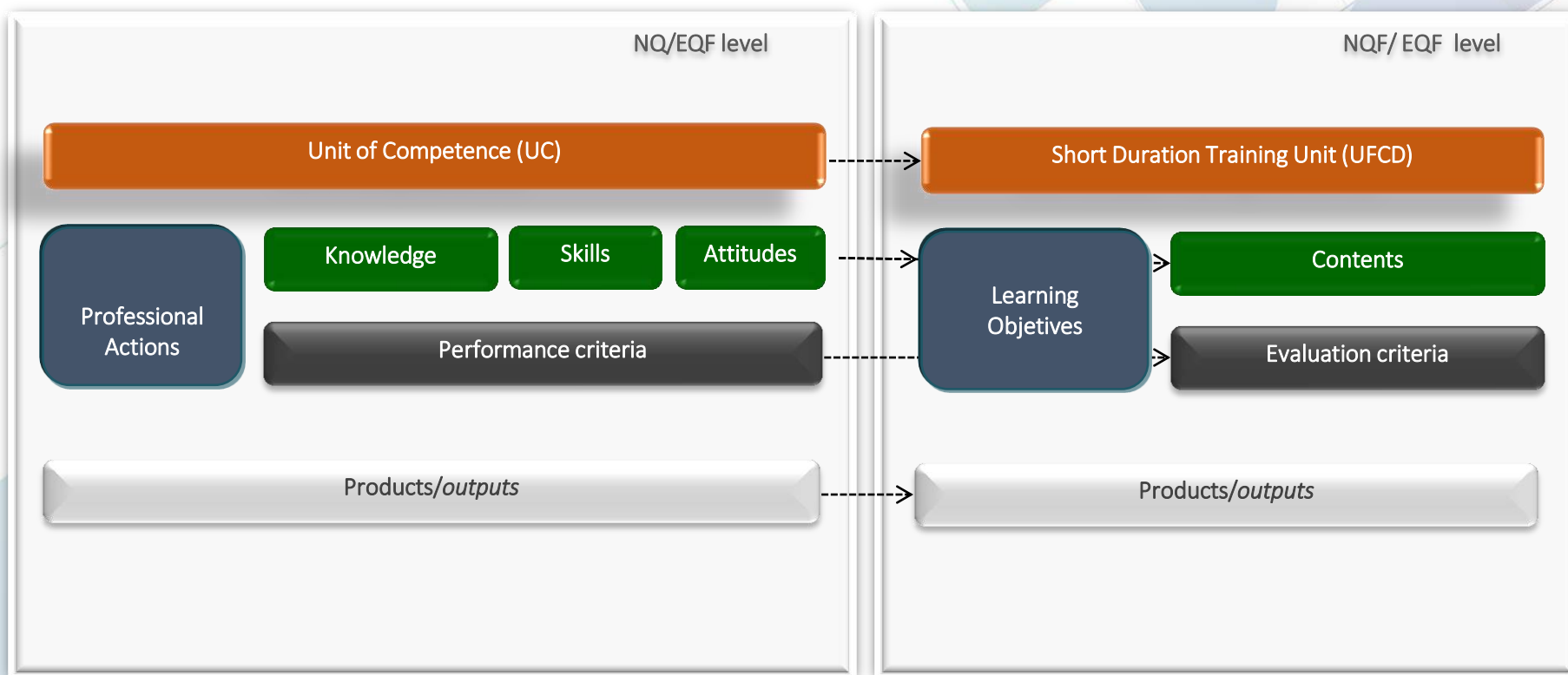
- To design new learning outcomes regarding e-commerce to integrate in the commerce sector qualifications
- To create a common map of qualifications in e-commerce
- To design training curricula generated from the learning outcomes designed

Methodology

- Analysis of the results of the previous work stages
- National compilations including already existing qualifications, their levels and the existing job positions in each partner country
- Based on these results partners agreed on elaborating digital and technological Learning Outcomes in the field of e-commerce on EQF-level 3 /4 in the functional areas of selling and marketing
- Definition of the methodology for designing Units of Competence and Training Modules

Methodology

(for designing Units of Competence and Training Modules)



Functional Areas/UCs

Country	Functional Area	Units of Competence
Portugal	SELLING prospection, assistance, selling and post-selling	UC 1 – To carry out the commercial prospection and plan the sales of products and services available to the clients through interactive or digital means; UC 2 – To assist and advise the customers on products and services through interactive or digital means; UC 3 – To sell products and services through interactive or digital means.
Austria	SELLING prospection, assistance, selling and post-selling	UC 4 – To do the post-sale monitoring through interactive or digital means; UC 5 – To handle and monitor customer complaints through interactive or digital means.
Spain	MARKETING	UC 1 – To formulate e-marketing plans in collaboration with the marketing manager/director; UC 2 – To establish and monitor e-marketing plans in collaboration with the marketing manager/director.

Development Stages of Training Modules

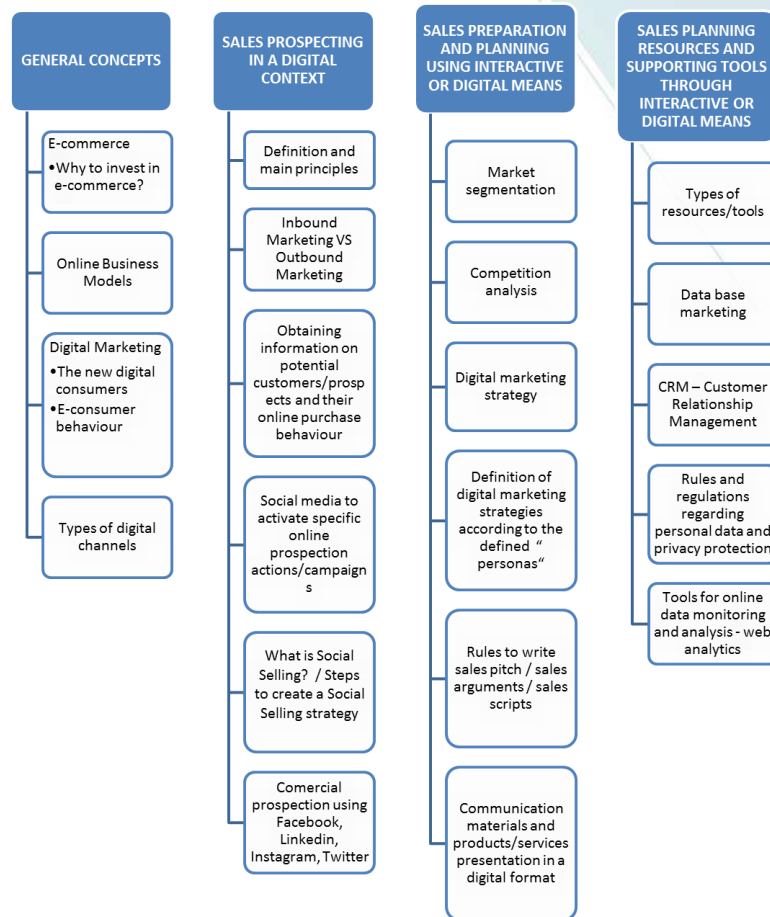
7 Competence Standards/7 UCs → 15 Training Modules

Designation of 15 Training Modules that corresponds to 7 UCs
EN, DE, ES, PT

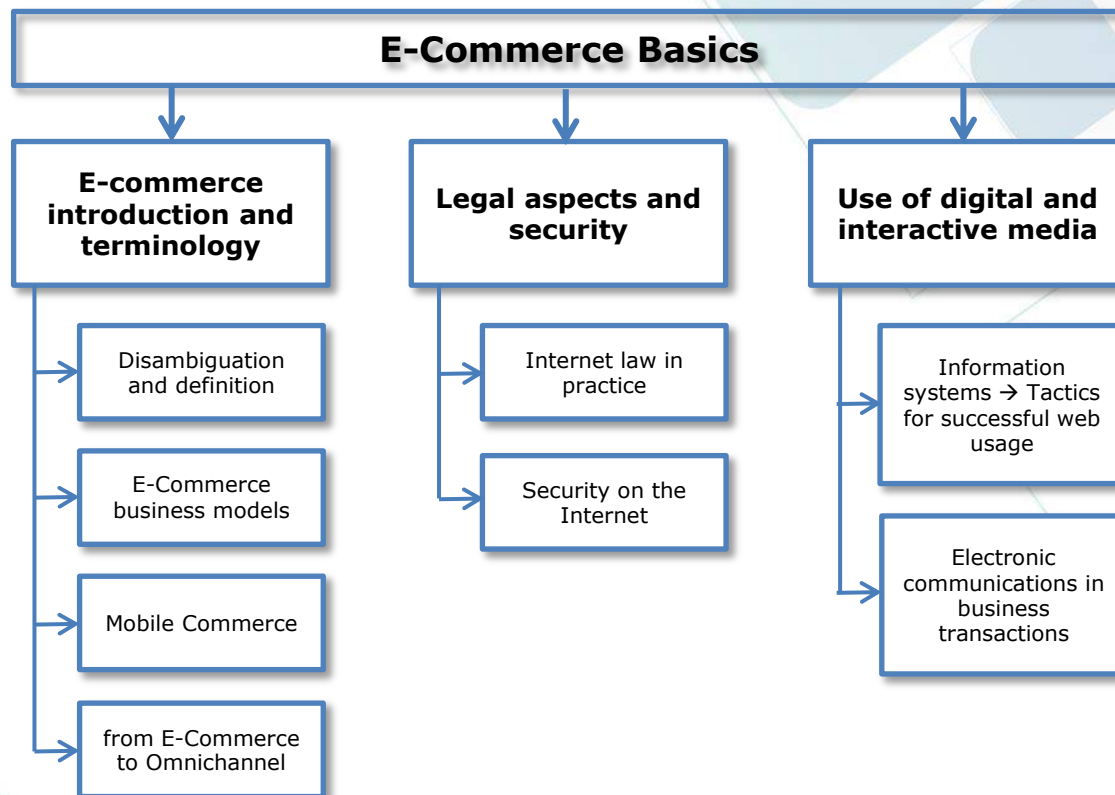
Elaboration of 15 Training Modules following the template provided by ANQEP (learning objectives, contents, evaluation criteria, ...)
25 hours each UFCD
EN, ES, PT, DE

Selection of 1 Training Module per country
Detailed development of 1 Training Course per country corresponding to the identified training module
1 ES, 1 PT, 1 DE

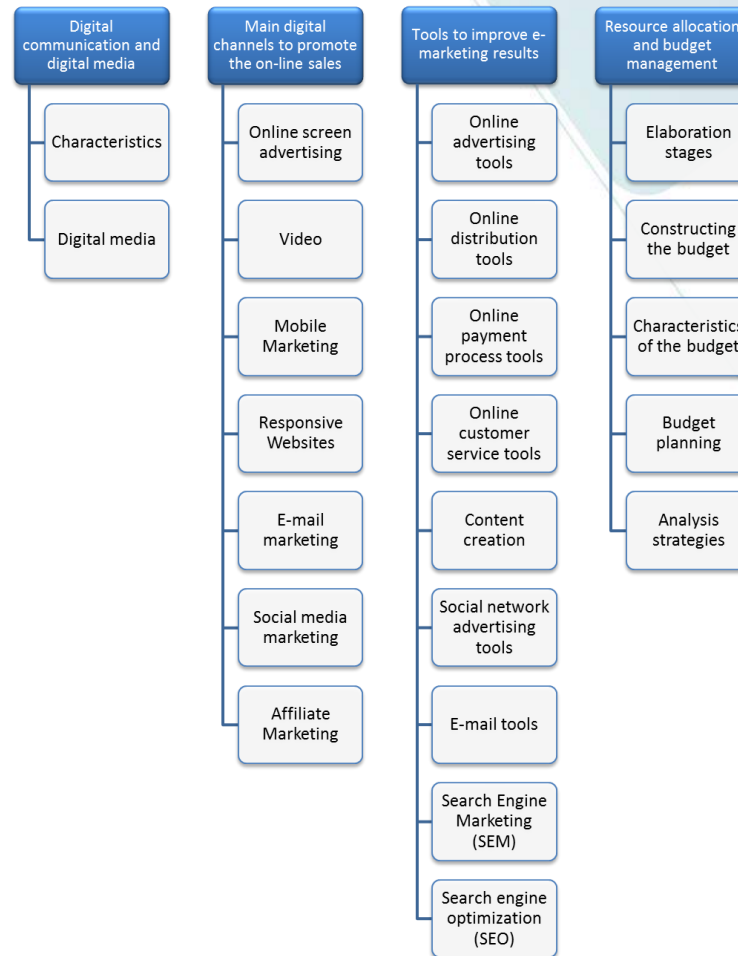
Training Module PT: „Commercial prospection and sales planning through interactive or digital means “



Training Module Austria: „E-Commerce Basics“



Training Module Spain: „Development e-marketing plans “



OPEN EDUCATIONAL RESOURCES and ON-LINE SELF-ASSESSMENT TOOL

OBJECTIVES

- Facilitate the recognition of competences
- Design an on-line self-assessment tool
- Develop a MOOC
- Increase the learning opportunities of employers and employees

TASK

DESIGN AND DEVELOPMENT OF OPEN EDUCATIONAL RESOURCES (MOOC)

- Design and develop in the form of MOOC (Massive Open Online Course)
- Bases in the results of the previous work
- Separation of the available content
- Uploading contents and incorporation in the webpage
- Training contents transformed to the MOOC

TASK

DESIGN AND DEVELOPMENT OF THE ON-LINE SELF-ASSESSMENT TOOL

- Result of the exchange of methodologies between partners
- Allows conducting its users to know their skills gaps in the sector
- Designed to be attractive
- Easily recognize the competences

RESULTS (OUTPUT OR OUTCOME)

DESIGN AND DEVELOPMENT OF OPEN EDUCATIONAL RESOURCES (MOOC)

On-line courses -UFCD Contents

- Portugal: COMMERCIAL PROSPECTION AND SALES PLANNING THROUGH INTERACTIVE OR DIGITAL MEANS
- Austria: E-COMMERCE BASICS
- Spain: DEVELOPING E-MARKETING PLANS

Every content was developed under SCORM standard SPECIFICATION model

Learning Management System: Platform designed in every partner languages and in English (Moodle container)

URL's

- <https://learning.allecom.org/>
- <http://www.allecom.org/index.php/en/training>

RESULTS (OUTPUT OR OUTCOME)

ON-LINE SELF-ASSESSMENT TOOL

- Development and preparation of the self-evaluation questionnaires
- Development of the computer tool for making the self-assessment questionnaires available to users
- Provides self-assessment results and provides alternatives to the user
- Collection and analysis of the results obtained in the pilot test with real users

URL: <http://www.allecom.org/index.php/en/on-line-tool>

TESTING PHASE

TESTING PHASE

Aims of this phase:

- Test the training courses (Mooc's) developed and the project e-learning platform in which the courses are housed with the beneficiaries of the project
- Test the on-line tool for the self-assessment of competences developed with the beneficiaries of the project

The final aim of this pilot experience was to receive direct feedback and inputs from the project beneficiaries about the training courses and tools in order to introduce improvements based on their opinions, suggestions and proposals.

TESTING PHASE

□ What courses have been tested?

COUNTRY	FUNCTIONAL AREA	COURSES TESTED
AUSTRIA	SELLING	UC4/5 (Training Module 4/5.1) Course 1 “E-Commerce Basics”
PORTUGAL	SELLING	UC1 (Training Module 1.1) Course 2 “Commercial prospection and sales planning through interactive or digital means”
SPAIN	MARKETING	UC7 (Training Module 7.2) Course 3 “How to develop an e-marketing plan”

TESTING PHASE

- Who has tested the courses? 122 workers, employers and entrepreneurs of commerce sector

COUNTRY	NUMBER OF PARTICIPANTS	NUMBER OF COURSES
AUSTRIA	34	2 in Graz
PORTUGAL	42	2 in Lisbon and Porto
SPAIN	46	2 in Madrid and Barcelona

TESTING PHASE

□ How have been tested the courses?

The pilot courses have been delivered using a blended learning methodology, combining individual study on-line with classroom sessions

Duration of the pilot courses: 25 hours

COUNTRY	HOURS ON-LINE	HOURS IN CLASSROOM
AUSTRIA	5	20
PORTUGAL	19	6
SPAIN	20	5

The on-line learning process have been performed trough the MOOC format courses hosted in the e-learning platform of the project: <https://learning.allecom.org>.

All the learning process has been supported by a tutor who has been available to guide and support participants in their individual learning experience.

TESTING PHASE

TESTING OF THE ON-LINE TOOL FOR THE SELF-ASSESSMENT OF COMPETENCES ON E-COMMERCE

Each implementing country has organized a testing activity to assess the tool developed for the self-evaluation of competences on e-commerce. The objective of this testing is to experiment the tool, to detect training needs in the project target groups and to guide them to training activities, courses and programs to acquire or improve their competences on e-commerce.

Participants in the testing of the tool

The tool has been tested by 88 project beneficiaries – workers and employers of commerce sector in the partners' countries.

Testing methodology

Each organizing partner has decided to test the tool:

- As an oriented process supported in a testing session of one hour of duration
- As an on-line self-managing process

TESTING PHASE

The results of the testing phase in each partner country has been presented in a national report.

The conclusions have been obtained mainly from the satisfaction questioners filled by the participants in the testing (pilot course + self-assessment tool) but also have been useful other kind of feedback about these results as opinions received from tutors involved in the courses, training experts and other key agents.

We do not have at the moment the global conclusions but the partial data indicate that the satisfaction with the course has been very high (fulfilled expectations 91%), the usability of the content was rated as very good (useful content 91%), also the use of the training for the future was rated as very high (application of knowledge 91%).

**THANK YOU
FOR YOUR ATTENTION!**

OBRIGADO!