



El proyecto ALL-ECOM es una “alianza de grupos de interés con el fin de establecer un estándar europeo para las cualificaciones y competencias en el sector del comercio electrónico” que pretende **afrentar el reto del desequilibrio de habilidades y competencias en el sector del comercio mediante la mejora de las cualificaciones personales en el uso del comercio electrónico** a través de la integración de las nuevas tecnologías en la estrategia de venta al por menor y comercio al por mayor y así contribuir a asegurar **la armonización de los estándares, a nivel nacional y europeo, de las cualificaciones y competencias en el comercio electrónico.**

## ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN EL PROYECTO?

La investigación llevada a cabo en las primeras etapas del proyecto en los 3 países participantes (Austria, Portugal y España) mostraron una brecha entre las habilidades necesarias y existentes en el comercio electrónico en el sector del comercio y la urgente necesidad de centrarse en la mejora de habilidades en esta área así como la necesidad de revisar y actualizar las normas nacionales y regionales de cualificación actualmente en uso, de forma que se ajusten más a las necesidades del mercado y ofrecer más cualificaciones orientadas a dicho mercado.

De hecho, uno de los objetivos centrales del proyecto es **diseñar nuevos resultados de aprendizaje en e-commerce para incorporar en las cualificaciones existentes (relacionados con el comercio), o nuevas si es el caso, que sean tan comunes como sea posible,** contribuyendo a hacer las cualificaciones, en los países

participantes en el proyecto, más actualizadas y con una mejor respuesta al mercado, pero también contribuyendo a una mayor armonización de los estándares de cualificaciones a nivel europeo.

Esto es lo que los socios del proyecto han estado desarrollando en los últimos meses, los resultados preliminares han desembocado en **el diseño de 7 unidades de competencia (UC) en el campo del e-commerce con 2 áreas funcionales consideradas fundamentales** por todos los socios (venta (incluyendo prospección, asistencia, venta y post-venta) y marketing), dentro de unos niveles 3 y 4 del Marco Europeo de Cualificaciones (MEC):

1. Llevar a cabo la prospección comercial y el plan de ventas de productos y servicios a disposición de los clientes a través de medios digitales;
2. Ayudar y asesorar a los clientes sobre productos y servicios a través de medios digitales;
3. Vender productos y servicios a través de medios interactivos o digitales;
4. Realizar el seguimiento de post-venta a través de medios digitales;
5. Administrar y supervisar las reclamaciones de los clientes a través de medios digitales;
6. Diseñar planes de e-marketing en colaboración con el director de marketing;
7. Establecer y supervisar planes de e-marketing en colaboración con el director de marketing.



Las siguientes **habilidades digitales y tecnológicas** se identificaron como prioritarias y debían estar cubiertos por las UC (Unidades de Competencia) arriba mencionadas:

- ◆ Habilidades generales en el e-commerce
- ◆ Papel y función del e-commerce
- ◆ Trabajar con nuevas aplicaciones tecnológicas
- ◆ Formación en cuanto a los compradores por internet, motivación, adquisición y comercialización
- ◆ Uso de las redes sociales para comunicarse con los clientes.
- ◆ Uso del e-commerce y redes sociales para incrementar las ventas



[ANOEP, I.P. la agencia Portuguesa para las Cualificaciones y la educación y formación profesional](#) ofreció sus conocimientos técnicos en el desarrollo de cualificaciones en resultados del aprendizaje. Junto con el socio austríaco [NOWA](#) aseguraron que todos los socios participantes tenían los conocimientos básicos técnicos y metodológicos requeridos para diseñar las unidades.

Las siete unidades de competencia se diseñaron siguiendo el marco metodológico y las directrices técnicas proporcionadas por ANOEP, por lo que cada unidad - considerada como una combinación coherente de los resultados del aprendizaje, sujeta a evaluación y validación autónoma - está compuesta por los siguientes elementos:

- ◆ Acciones profesionales
- ◆ Conocimiento
- ◆ Habilidades
- ◆ Competencias
- ◆ Criterios de realización
- ◆ Productos/salidas

¡Desde la perspectiva del proyecto tener esas unidades comunes es un gran logro!

De hecho, según Teresa Duarte de ANOEP, I.P., el "principal desafío era la adaptación de la metodología portuguesa concebida por ANOEP a los requerimientos del proyecto, y más concretamente la diferenciación entre habilidades y competencias y la formulación de criterios de realización".

Pero también los socios del proyecto aplicando la metodología definida por ANOEP, I.P. enfrentaron algunos desafíos a la hora de manejar dicha metodología. Según el consorcio español ([FETICO - Federación de trabajadores independientes de comercio, SOC - Servicio de Empleo de Cataluña e IBECON](#)) uno de los principales retos fue "la adaptación de la metodología propuesta en el contexto nacional". De hecho, *"el enfoque y la metodología propuesta es muy similar a la utilizada en nuestro sistema nacional de cualificaciones, pero la terminología y la estructura de las unidades de competencia son diferentes; debido a esto el trabajo de definición de las UC ha sido complejo y ha requerido una continua comparación entre los elementos de nuestro sistema y los elementos del modelo propuesto"*. Otro elemento destacado por los socios españoles, en cuanto a su dificultad, ha sido *"la definición de los conocimientos, habilidades y competencias de cada UC y su correspondencia con las acciones profesionales"* y los criterios de realización de nuestro sistema nacional". Y un reto final - seguro compartido por los socios de 3 países - ha sido *"establecer los correspondientes perfiles profesionales de las personas que deben tener los conocimientos, habilidades y competencias definidas"*.

Sin embargo, ¡Más desafíos deben ser superados durante 2017! El diseño de unidades de capacitación y contenidos de formación para responder a los conocimientos, habilidades y competencias identificadas para cada unidad de competencia y la definición de las estrategias que aseguren, a escala nacional o regional, la integración de las unidades creadas en los Sistemas de Nacionales de Cualificación.

No son tareas no fáciles, pero con la participación de los adecuados grupos de interés involucrados está garantizado el éxito. De hecho, las reuniones de validación con dichos grupos de interés tendrán lugar a nivel regional o nacional en marzo de 2017 y esperamos contar con su participación. Si usted siente que puede contribuir positivamente a la discusión por favor [póngase en contacto con uno de los socios en su país](#).



## ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN EL SECTOR?

### ¿Tienda física o tienda online? Una pregunta para la gente en el Reino Unido

Una nueva encuesta realizada por el proveedor de software de tienda online ePages entre 1.012 adultos demostró que, en el Reino Unido, el 44% de los adultos aumentan sus ingresos vendiendo productos o servicios en línea y el 30% piensa que lo hará regularmente. Y la mitad de los británicos preferiría dirigir una tienda online en lugar de una tienda física en una calle principal. Al Reino Unido se le suele denominar como una "nación de comerciantes" y el estudio de la participación en

la encuesta sobre el comercio electrónico muestra que esta pasión por la venta al por menor tal vez es más frecuente ahora todo se hace online. De hecho, el 25% de los encuestados han considerado crear una tienda online y el 50% prefiere dirigir únicamente una tienda online, mientras que un 27% gestionarían tanto una tienda online así como una física. Sólo el 10% optó por crear una tienda de la calle y el 39% cree más en un enfoque multicanal.

### Decathlon lanza una web de comercio electrónico en Suiza

El distribuidor francés de productos deportivos Decathlon ha lanzado un sitio web exclusivo de comercio electrónico en Suiza. Pocos días antes de Navidad, los consumidores en Suiza pudieron solicitar ropa y accesorios deportivos a bajo precio online.

Decathlon vende productos de más de 70 diferentes deportes tanto en sus tiendas físicas así como online. El distribuidor internacional ya está disponible en toda Europa, y acaba de lanzar la tienda online de Suiza.

El periódico suizo Blick citó al Consejero Delegado de Otto, Mark Ineichen, quien dijo que si las cadenas como Decathlon llegan a Suiza, "Nosotros, las tiendas de ámbito local, tendríamos un problema. Son mucho más agresivos de lo que nosotros podemos ser", explicó.

Este sitio de Web de comercio electrónico está todavía en una primera fase de pruebas y espera mejorar con la ayuda de comentarios y opiniones de sus clientes; actualmente el blog de negocios digitales Carpathia considera "bastante decepcionante" la tienda online de Decathlon en Suiza.



## Expo E-commerce Berlín - 02 de febrero |

El evento contará con ferias comerciales, así como una serie de sesiones de conocimiento dirigidas por líderes de la industria de comercio electrónico. Habrá ponentes de Alibaba, Hubspot, Rakuten y Google. También existe, para 90 patrocinadores, la oportunidad de contar con un stand expositor para conectar con comerciantes y otros asistentes, de los cuales se esperan unos 3.000.

E-commerce Expo de Berlín también tiene un concurso online para las mejores presentaciones. Las presentaciones con el mayor número de votos en cada categoría serán aceptadas y se incluirán en la agenda de la Expo.

Visitar la Expo es gratuito pero se requiere inscripción previa online en el sitio web (<http://ecommerceberlin.com/>)

## MÁS INFORMACIÓN?

[www.allecom.org](http://www.allecom.org)

[emiliamartin@fetico.es](mailto:emiliamartin@fetico.es)

