

Comunicación de prensa Audi
Dirección Comunicación y RR.EE. Audi
Tel: +34 91 348 86 11 / 12
E-mail: nacho.gonzalez@audi.es
E-mail: alejandro.martin@audi.es
<http://prensa.audi.es>

Audi utiliza la realidad virtual para la formación de sus empleados

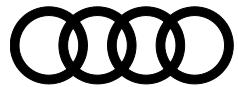
- Mediante un concepto de formación virtual se enseñan procesos de embalaje
- Un enfoque similar a un juego aumenta la motivación y la atención
- Tras una etapa piloto completada con éxito, su uso ya se ha implementado en diferentes factorías

Madrid, 28 de agosto de 2017 – El centro de formación del futuro cabe en una maleta: un ordenador, un par de gafas de realidad virtual y dos controladores son todo lo que se necesita para el nuevo programa interactivo de aprendizaje para los procesos logísticos de embalaje de Audi. El programa hace que sea divertido para los empleados recibir la formación necesaria para llevar a cabo los diferentes procesos. Los distintos ejercicios están diseñados como un videojuego, y el equipo es rápido y fácil de configurar en cualquier lugar.

Cuando los empleados se colocan las gafas VR de realidad virtual, ven una simulación realista de su puesto de trabajo en el Hall L del Centro Logístico de Ingolstadt. También tienen un controlador en cada mano como los que se utilizan para los videojuegos, con los que pueden captar y mover las imágenes virtuales de sus equipos de trabajo, como contenedores o componentes. Preparación de cajas, aplicación de etiquetas... Paso a paso, los empleados se mueven por los diversos procesos de embalaje, tal y como sucedería en la realidad. Aprenden los movimientos requeridos mientras que se familiarizan con los programas informáticos correspondientes. Debido a que esto ya no requiere componentes y contenedores reales, el entrenamiento se puede lograr con flexibilidad en cualquier lugar, con el consiguiente ahorro de espacio, tiempo y dinero.

La formación utilizando realidad virtual tiene varios niveles de dificultad. De esta manera, el empleado puede avanzar y está siempre motivado para poner en práctica de forma inmediata lo que aprende. Mientras que en un primer nivel se proporcionan una serie de instrucciones detalladas, en el segundo nivel los empleados deben realizar ya procesos virtuales de almacenaje de manera independiente y recordar los distintos pasos que requiere cada trabajo. El programa de capacitación facilita a los empleados información de forma inmediata y pueden repetir cada ejercicio con la frecuencia que deseen. Un formador, que puede utilizar una aplicación asociada en su tablet para seguir el progreso, está disponible en todo momento para apoyar a los empleados cuando sea necesario.

El nuevo programa de formación también supera las barreras lingüísticas y de distancia: los empleados de Audi ahora también pueden entrenar con instrucciones en español o en



inglés. Esto también funciona en diferentes ubicaciones: un empleado de logística en Ingolstadt puede trabajar virtualmente en la planta de Audi en San José Chiapa, México, y viceversa. Los programadores utilizaron los datos en 3D existentes de los planos de las plantas de Audi para conseguir representaciones realistas de los diversos emplazamientos.

"La respuesta de los empleados a la formación virtual es extremadamente positiva," comenta el responsable del proyecto Mirko Göres, de Brand Logistics Information Process Planning. "Después de una fase piloto de seis meses, dos programas de formación ya están actualmente en uso en el área de logística. Ahora estamos trabajando con el centro de formación en Ingolstadt y con los departamentos de logística de las plantas de Neckarsulm y de Ingolstadt para desarrollar tres programas adicionales de formación utilizando realidad virtual en los procesos "pick-by-light", "pick-by-tablet" y "pick-by-voice". Las instalaciones de Audi de San José Chiapa y Bruselas se integrarán aún más en el proyecto en el futuro.

Audi utiliza la realidad virtual en numerosas áreas de la compañía, desde Ventas y Desarrollo Técnico hasta Producción. También existen concesionarios de la marca de los cuatro aros que ofrecen la "experiencia Audi VR" a sus clientes, que pueden configurar su coche de ensueño de forma virtual y examinar una réplica realista hasta el más mínimo detalle.

-Fin-

Información y fotos en las websites de prensa de Audi <http://prensa.audi.es> o en <https://www.audi-mediacenter.com>

El Grupo Audi, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento *Premium*. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 16 plantas distribuidas en doce países. Entre las filiales cien por cien subsidiarias de AUDI AG se incluyen Audi Sport GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A. (Bolonia, Italia).

En 2016, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1.868 millones de automóviles de la marca Audi, así como 3.457 deportivos de la marca Lamborghini y 55.451 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2016, AUDI AG alcanzó una facturación de 59.300 millones de euros, con un beneficio operativo de 3.100 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 88.000 trabajadores aproximadamente, 60.000 de ellos en Alemania. Audi se centra en nuevos productos y tecnologías sostenibles para el futuro de la movilidad.