

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 desarrolla un ecosistema de formación digital

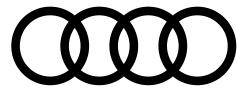
- **Desde el estudio multimedia al laboratorio de realidad virtual: Audi Academy prueba infraestructuras en espacios de aproximadamente 500 metros cuadrados**
- **El fabricante de vehículos incrementa su presupuesto en formación avanzada hasta los 80 millones de euros**
- **Michael Schmid, Director de la Audi Academy: "Preparamos a los empleados con una formación específica para los asuntos estratégicos del futuro"**

Madrid, 26 de octubre de 2018 –Audi está poniendo a prueba la formación del futuro. En instalaciones con un espacio de aproximadamente 500 metros cuadrados, el fabricante de vehículos premium está realizando pruebas con nuevos formatos de formación en la Audi Academy. Este sistema integra laboratorios de software, salas de autoaprendizaje y laboratorios de realidad virtual o impresión en 3D. Son componentes clave para el ecosistema de aprendizaje digital, en el que Audi formará a sus empleados para el futuro.

Transmitir las competencias correctas en el momento ideal, de forma individual, accesibles en cualquier parte del mundo y que siempre estén disponibles. Con este objetivo, Audi aborda la formación de sus empleados para asuntos estratégicos del futuro, tales como la digitalización y la movilidad eléctrica. La compañía está probando actualmente varios conceptos e ideas de esta índole en la Audi Academy, en Ingolstadt.

Entre otras cosas, se ha diseñado un laboratorio de realidad virtual, en el que ensayar este nuevo formato de aprendizaje. Estos cursos de formación en realidad virtual ya se han usado para instruir a los empleados que forman parte de la producción del Audi e-tron en Bruselas o en aspectos logísticos. Además, se está probando una sala de autoaprendizaje en la que se investiga el entorno óptimo para la formación continua cerca del lugar de trabajo. El contenido para las certificaciones digitales se produce en varios estudios multimedia y laboratorios de software. Aquí es donde los instructores de Audi y los expertos pueden crear de forma independiente podcasts, screencasts o vídeos para sus respectivas áreas de formación. El estudio más pequeño es tan grande como una mochila: con el "Multicorder", los instructores tienen su propio estudio de televisión y pueden grabar su contenido, así como dar forma a nuevos proyectos y prepararlos para seminarios presenciales o seminarios online.

"La necesidad de formación está cambiando cada vez más rápido, así que el conocimiento que obtenemos aquí fluye continuamente dentro de nuestros programas de cualificación", declara Michael Schmid, Director de la Audi Academy. "De esta forma, estamos desarrollando un ecosistema de formación en el que podemos preparar a los empleados para los desafíos del futuro". La formación y la cualificación son elementos claves en el plan de transformación con el



que Audi se prepara para su transición hacia una compañía digital automovilística premium. En 2018, la empresa aumentó su presupuesto para formación en un tercio, hasta los 80 millones de euros. Para 2025, AUDI AG planea invertir más de 500 millones de euros.

“Los miembros del Comité de Empresa apoyamos este presupuesto, porque la formación y la cualificación son claves para que los empleados del futuro estén familiarizados con la era digital, en la que las personas deben continuar siendo el centro de atención”, explica Jürgen Wittmann, responsable del Comité de Empresa.

Audi reúne todas las actividades relacionadas con la formación y el desarrollo de competencias en la Audi Academy, que abarca desde asuntos técnicos e interdisciplinarios para el desarrollo personal, management y trabajo en equipo, hasta formación social, de habilidades emprendedoras e interculturales.

Descripción general de la nueva infraestructura de formación en Audi

Laboratorio de realidad virtual: Pone a prueba nuevos formatos de aprendizaje. Se utiliza la formación en realidad virtual, por ejemplo, en cursos de aprendizaje para el Audi e-tron. El objetivo es que los empleados se familiaricen con el sistema de conducción eléctrica y también en logística.

Sala de impresora 3D: Es un entorno de aprendizaje para la formación en diversas tecnologías de impresión 3D.

Salas de autoaprendizaje: Cerca de los lugares de trabajo, en un entorno de aprendizaje para una formación adicional. Se creará un equilibrio entre el trabajo individual en zonas en silencio y la posibilidad de comunicaciones cortas y trabajo en red.

Salas creativas: Entorno innovador y estimulante para reuniones, talleres o seminarios. Actualmente se están probando salas con varias áreas de trabajo. Por ejemplo, para proyectos.

Salas de aprendizaje a distancia: Equipadas con la tecnología adecuada para cursos formativos en los que los participantes no se encuentran en el mismo lugar, pero que permiten la misma interacción que en la formación presencial.

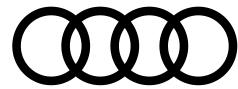
Laboratorios de software: Aquí, los instructores y expertos encontrarán las herramientas necesarias para crear y preparar fácilmente el contenido de aprendizaje digital.

Estudios: La gama de posibilidades va desde salas de producción para podcasts y screencasts hasta estudios de vídeo, para grabar conferencias de expertos, por ejemplo.

Multicorder: Estudio de vídeo móvil “en una mochila”. Los formadores pueden grabar talleres, lecciones o presentaciones directamente en el lugar y prepararlos para eventos futuros.

-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 2017, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,878 millones de automóviles de la marca Audi, así como 3.815 deportivos de la marca Lamborghini y 55.900 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2017, con un volumen de ventas de 60.100 millones de euros, el Grupo Audi alcanzó un resultado operativo de 5.100 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 90.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales más de 60.000, en Alemania. Audi se centra en nuevos productos y tecnologías sostenibles para el futuro de la movilidad.