

# Formación interna: Valeo acelera en la carrera del e-learning

## EN BREVE



### El desafío

En un contexto muy competitivo, reforzar la coherencia de las prácticas de management con el conjunto de actividades del grupo y optimizar los gastos y la eficacia de la formación.

### Valeo

Valeo es un grupo industrial independiente especialista en la concepción, fabricación y venta de recambios, sistemas y módulos para automóviles y vehículos pesados. Sus clientes son tanto fabricantes de automóviles como distribuidores de recambios. Presente en 26 países, Valeo está situado entre los primeros fabricantes del mundo de equipos para automóviles y es proveedor de todos los grandes fabricantes automovilísticos. El grupo tiene 67.300 empleados de 70 nacionalidades distintas, repartidos en 129 plantas de producción, 65 centros de investigación y desarrollo y 9 plataformas de distribución.



► Para hacer frente a un mercado cada vez más exigente, Valeo apuesta por la formación a distancia. Su objetivo es reforzar la eficacia de los directivos de la empresa optimizando los recursos.

**V**aleo es uno de los principales fabricantes de recambios para automóviles del mundo y proveedor de los fabricantes de coches más importantes. Sin embargo, la presión es constante y, en un mercado cada vez más exigente, los fabricantes de automóviles reclaman productos de mayor calidad a precios más bajos. El grupo Valeo, consciente del impacto del management sobre los resultados globales y sobre el despliegue de su estrategia, decidió acelerar y potenciar la formación de sus cargos directivos.

### Valeo C@mpus Management

Para llevar a cabo una estrategia de alineación de sus normas de gestión y sus prácticas de formación, Valeo decidió formular una oferta más completa, una que cubriera tanto los asuntos corporativos como los objetivos específicos de cada empresa del grupo.

El Grupo quería proporcionar un punto de acceso común para difundir la cultura corporativa al mismo tiempo que incrementar la eficacia de los directivos. Y todo esto debía lograrse, optimizando la

inversión de formación del Grupo, en términos de coste, impacto y flexibilidad.

En este marco, Valeo lanzó en 2002 el programa Valeo C@mpus Management, una Universidad virtual destinada a los managers y a los ingenieros. La voluntad de Valeo C@mpus era poner contenidos administrativos, de management y de idiomas a disposición de los usuarios y crear productos a medida. *"Respecto a las formaciones genéricas, la dirección general fue muy sensible al argumento económico... Enseguida comprendió el interés estratégico del e-training"*, afirma Olivier Thomassin, Director de Formación del Grupo Valeo.

### 4 maneras de desarrollar las habilidades

CrossKnowledge empezó con la elaboración del Espacio del Management de Valeo. En el corazón del programa Valeo C@mpus, el portal recrea perfectamente la identidad corporativa del grupo.

El portal es muy fácil de manejar y permite acceder a más de 260 módulos de formación, disponibles

## TESTIMONIO

**“La Dirección General del Grupo Valeo fue sensible al argumento económico sobre las formaciones genéricas... También comprendió enseguida el interés estratégico del e-training.”**

**Olivier Thomassin,**  
Director de formación del grupo Valeo

en cinco idiomas, y que tratan desde la motivación de los equipos hasta el desarrollo de las competencias personales.

El hecho de que los mángagers y los ingenieros pueden acceder a los módulos que necesiten cuando lo deseen otorga al sistema una gran flexibilidad y una personalización de la formación. Como complemento, se elaboraron unos itinerarios específicos en relación directa con el marco de competencias de Valeo. De este modo, los mángagers tienen la posibilidad de escoger por su cuenta las áreas de desarrollo prioritarias.

Por otro lado, el continuo despliegue de campañas temáticas permite animar el c@mpus siguiendo los objetivos del grupo o de una división en particular. A modo de ejemplo, en 2005 se lanzó una gran campaña sobre la gestión del tiempo en la que participaron 1.500 mángagers. Se comprobó que la elección de temas

concretos como éste permite promocionar el uso del sitio.

CrossKnowledge colabora regularmente con Valeo para perfeccionar los programas mediante la combinación de la formación a distancia con los seminarios clásicos. Actualmente, la fórmula de combinar lo presencial y lo on-line se está aplicando en más de cinco seminarios estratégicos del grupo con el fin de reforzar su eficacia.

### Ingeniería y motivación

Constantemente se solicita a los Departamentos de RRHH locales que expongan sus recomendaciones respecto a los itinerarios que gestionan directamente. Además, con el fin de optimizar la utilización y la eficacia del conjunto de los dispositivos, los responsables de formación evalúan las ofertas de formación y aportan sus consejos en cuanto a ingeniería y motivación.

*“CrossKnowledge no es solamente nuestro proveedor del producto, sino nuestro suministrador de servicios: la empresa intervino en la personalización, la buena integración en nuestra estructura informática, la animación y la definición de los itinerarios profesionales y la preparación de manuales de utilización”, prosigue Olivier Thomassin.*

### Resultados más que satisfactorios

Para el período 2004-2005, la empresa contaba con multiplicar por dos el número de usuarios, para llegar a 5.000 personas. Hoy en día este objetivo ya se ha superado, porque más de 5.640 usuarios han consultado más de 16.500 módulos. Teniendo en cuenta estos resultados, Valeo ha renovado su confianza en CrossKnowledge hasta 2008. ●●●

