Centro de Capacitación y Reclutamiento adicional para la red mundial de distribuidores

Invirtiendo en el futuro: Porsche capacita a técnicos de posventa en Puebla

**Stuttgart.** Porsche refuerza el servicio postventa de su red mundial de distribuidores. Luego de establecer Centros de Capacitación y Reclutamiento en Manila (Filipinas) y Ciudad del Cabo (Sudáfrica), Porsche abre su tercer Centro en Puebla (México). Los jóvenes motivados serán capacitados en mecatrónica automotriz y servicio postventa, con un enfoque en ‘Digitalización y movilidad eléctrica’ o ‘Tecnología de carrocería’. Hay becas destinadas a jóvenes de escasos recursos sociales. La compañía también está planeando centros adicionales en Tokio (Japón) y en la región de Asia y el Pacífico. Además, el fabricante de autos deportivos ha extendido los contratos de cooperación con 10 instituciones educativas y continúa con su Programa de Aprendiz Élite de Porsche (PEAP), que complementa la capacitación puramente teórica en las escuelas vocacionales con una parte práctica detallada.

En el Centro de Capacitación y Reclutamiento Latinoamericano, Porsche también ofrecerá educación vocacional para las marcas del Grupo Volkswagen en México. Para el programa piloto de Puebla, que tendrá 25 estudiantes, la compañía está buscando personal subalterno que tenga pasión por los automóviles. Aunque los estudiantes deben pagar las cuotas escolares que son estándar en el país, Porsche también asegurará con la ayuda de becas que el programa sea accesible para los adultos jóvenes socialmente desfavorecidos en México. Sin embargo, el objetivo principal es introducir la educación vocacional estandarizada en la interacción entre los Consejos Escolares, Porsche AG y los representantes locales de Porsche. Esto equipará a los estudiantes con las habilidades técnicas necesarias para el futuro.

“La industria automotriz está experimentando una transformación fundamental: las nuevas tecnologías están surgiendo en ciclos cada vez más cortos y los perfiles de trabajo están cambiando, sobre todo porque el avance de la digitalización está transformando cada vez más el automóvil en un teléfono inteligente móvil”, dijo Daniel Schukraft, vicepresidente de Posventa en Porsche. “Incluso con un ícono como el 911, que en su octava generación muestra la dirección hacia la que se dirigen las cosas”.

Los programas de capacitación ‘prefabricados’ no cubren de manera suficiente las necesidades de postventa modernas para garantizar un servicio al cliente de primera calidad ante esta rápida transformación. “Esto hace que sea aún más importante educar a nuestros futuros técnicos calificados hoy a través de nuestros programas únicos de educación vocacional”, dijo Schukraft.

Todas las actividades están agrupadas bajo el paraguas de Educación Vocacional Postventa de Porsche (PAVE, por sus siglas en inglés). La iniciativa mundial de educación vocacional es una respuesta a la transformación digital y al aumento de la movilidad eléctrica, y es particularmente valiosa en las regiones donde actualmente la oferta de educación vocacional es inadecuada, ya que PAVE complementa los diversos estándares locales de educación. Utiliza un concepto modular, orientado a la demanda y la competencia, que permite adaptar los currículos individualmente a los requisitos del mercado respectivo, y luego evaluarlos de manera uniforme según los criterios del Marco Europeo de Cualificaciones. Sin embargo, Porsche no solo es responsable de los planes de estudio y su desarrollo continuo, sino que también califica al personal docente y ofrece apoyo para equipar los entornos de aprendizaje en los que son realizados los cursos.

PAVE fue creado en el Centro de Capacitación y Reclutamiento de Porsche en Manila, donde desde 2008, en colaboración con el Instituto Técnico Don Bosco y el importador PGA Cars Inc., el fabricante de autos deportivos ha permitido a jóvenes desfavorecidos de Filipinas asegurar carreras laborales sostenibles a través de la capacitación profesional. Porsche también ha estado ofreciendo capacitación para otras marcas del Grupo Volkswagen en este Centro desde 2016, aumentando el número anual de graduados de 30 a 100. En su operación en Sudáfrica, el programa también está dirigido a jóvenes talentosos de escasos recursos que de otra manera serían incapaces de acceder al mercado laboral.

El Programa de Aprendices Élite de Porsche, una iniciativa presentada por la Academia de talentos Porsche de Porsche China, está adoptando el mismo enfoque.

Desde 2010, Porsche ha estado colaborando con instituciones educativas estatales y privadas que ofrecen capacitaciones profesionales intermedias y avanzadas. La compañía participa en un total de 19 colaboraciones, a través de las cuales más de 100 graduados reciben capacitación cada año. La principal fuerza impulsora detrás de PEAP fue el objetivo de reunir a la industria, los concesionarios y las escuelas vocacionales a fin de asegurar el futuro del programa de capacitación de tres años; esto había sido previamente sólo teórico, y la adición de extensos elementos prácticos representó un paso importante hacia la formación dual. Este enfoque permite a los posibles mecatrónicos automotrices y técnicos de carrocería pasar los últimos nueve meses de sus aprendizajes trabajando en los Porsche Centers, sus futuros lugares de empleo, para desarrollar aún más las habilidades específicas de la marca. Además de PEAP, Porsche participa en otras actividades dentro del Grupo Volkswagen, lo que eleva el número total de colaboraciones en el área de educación a más de 40.

Nota: Material fotográfico disponible en la Sala de Prensa de Porsche (<http://newsroom.porsche.com/en>), y en la Base de Datos de Prensa de Porsche (<https://press.pla.porsche.com>).