

## “En una plantilla tan heterogénea y diversa tienes que adaptar la formación a todos los perfiles para lograr una participación completa”



**Ricard Grau, Business Development Manager en ITHINKUPC y Lola Vilches, HR Manager en BAUHAUS**

En un sector tan dinámico y exigente como el retail, lograr una formación eficaz y accesible para toda la plantilla es uno de los grandes retos. Lola Vilches, HR Manager de Bauhaus, y Ricard Grau, Business Development Manager en iThinkUPC, nos cuentan cómo ambas compañías han colaborado para dar un giro digital a la formación interna, adaptándose a las necesidades de una plantilla heterogénea y distribuida.

el proyecto, su impacto en la compañía, hasta la facilidad de uso de su solución. Uno de nuestros requisitos era que fuese accesible a cualquier persona de la organización, independientemente de si estaba o no familiarizada con el uso de plataformas de formación, apps móviles o redes sociales.

y sencilla, por ejemplo, de quién ha finalizado cualquier curso.

**Ricard Grau:** La clave de este proyecto es nuestro Customer Success Program, el programa que ofrecemos a nuestros clientes. Se trata de una función que introdujimos hace unos años para llevar a cabo un seguimiento proactivo del proyecto tras implantar la plataforma Moodle, que nos permite ver si todo funciona correctamente o qué nuevas necesidades hay. Las compañías van madurando y sus necesidades iniciales evolucionan, por lo que es necesario mantener ese seguimiento constante, para ir de la mano y ofrecerles cualquier nueva funcionalidad que les pueda ayudar, así como para asegurarnos que la adopción de la tecnología es la adecuada, es decir, que exprimen el potencial que ofrece al 100% en base a su modelo.

**Hasta 2019, la formación en Bauhaus presentaba varios desafíos logísticos y de accesibilidad para los empleados. ¿Qué los llevó a transformar su modelo de formación?**

**Lola Vilches:** Buscábamos poder dar solución a las necesidades de formación que tenían todas las tiendas. Hasta entonces, cada una lo planteaba de manera individual. Necesitábamos unificar los criterios y contar con un espacio en el que almacenar las formaciones para facilitar el acceso a todo el contenido formativo en cualquier momento. Además, el modelo anterior tampoco nos permitía medir la calidad de las formaciones, la participación, la tasa de finalización o de satisfacción.

**¿Qué os hizo decidir por IThinkUPC como partner tecnológico?**

**LV:** La relación con IThinkUPC fue muy sencilla desde el inicio, desde la forma de plantearnos

Por otro lado, era importante que reflejase nuestra propia imagen corporativa, es decir, que cuando cada empleado accediese a ella, identificase que es un entorno de Bauhaus, no una plataforma externa con contenido generalista. En este sentido, contar con un soporte técnico que nos ayudara a resolver dudas sobre su uso o cómo crear contenidos, fue clave en el éxito del proyecto.

**En 2024 migran a Moodle Workplace. ¿Qué funcionalidades específicas les han resultado más útiles?**

**LV:** Principalmente, la posibilidad de medir diferentes variables. Bauhaus cuenta con 12 tiendas físicas, una tienda online, un contact center y un equipo de servicios centrales. Son equipos muy diferentes y dispersos. En este sentido, con Moodle Workplace, ahora podemos hacer mediciones concretas de una forma ágil

**El retail es un sector complejo, ¿qué retos destacarías de esta colaboración?**

**RG:** La casuística del sector retail es especial: Tiene la mayoría de la plantilla fuera de las oficinas, con un puesto de trabajo más complejo en cuanto a lo que a acceso a los sistemas corporativos se refiere. En el caso de Bauhaus, el gran reto que nos planteábamos era hacer llegar la formación al personal de tienda, de almacén o logístico, que representa la mayor parte de su plantilla.

Para lograrlo, por un lado, es clave realizar una buena comunicación interna para promocionar las formaciones. Además, los contenidos deben ser atractivos y estar enfocados al tipo de negocio que hay en el sector retail. Para ello, contamos con elementos como nuestra app móvil, clave para hacer llegar esa formación corporativa a las personas que no están en las oficinas.

### ¿Cómo lograr que una herramienta digital como el Campus Bauhaus sea realmente accesible y útil para todos los empleados?

**LV:** En primer lugar, la plataforma de IThinkUPC nos da la facilidad de subir contenidos en cualquier formato (SCORMS, enlaces, vídeos, crear test o ejercicios). Por otra parte, en nuestros centros de trabajo contamos con una sala de formación con equipos con acceso directo al Campus Bauhaus. La formación del equipo debe realizarse dentro de su horario laboral, por lo que cada empleado tiene ciertas horas marcadas dentro de su jornada para formarse. Desde RRHH llevamos a cabo un acompañamiento a cada persona del equipo desde su incorporación, guiándole por si tiene algún problema. Al contar con una plantilla tan heterogénea, hay empleados más digitales que otros.

Además, hemos desarrollado microcápsulas formativas. En un mundo adaptado a los contenidos de las redes sociales, no tiene sentido crear vídeos de 10 minutos. El tiempo es limitado, sobre todo, para el personal de tienda. De este modo, comenzamos a crear estas microcápsulas de entre uno y dos minutos donde nuestros colaboradores tengan la libertad de conectarse cuando quieran, completar varios, continuar con su trabajo y, más tarde, volver a ellos.

### ¿Cómo se estructura el contenido del Campus Bauhaus?

**LV:** Hay una parte segmentada en función de las diferentes secciones de la compañía (por tipo de producto) y otra por el propio rol del colaborador. Existe, además, una parte común que llamamos Caja de Herramientas, donde puedes encontrar procedimientos de trabajo y contenidos que son aplicables a todos los centros (como hacer un pedido, manuales de uso de maquinaria, etc.). Por otra parte, en función del puesto de trabajo o su desarrollo en la empresa, cada empleado está

matriculado en formaciones más técnicas. Además, mantenemos la formación presencial.

Hemos desarrollado un plan formativo global, más allá del Campus Bauhaus, con una parte muy amplia de formación práctica a través de diferentes proveedores, con especial atención en Soft Skills. Este plan formativo se aplica de forma individual en cada tienda, de acuerdo a sus necesidades y en colaboración con el equipo de RRHH. Tenemos tiendas con 30 años de antigüedad y otras que son muy recientes. Las necesidades de una u otra son muy distintas.

### ¿Qué indicadores utilizáis para evaluar el éxito de las formaciones?

**LV:** Es clave verificar que el contenido ha quedado claro y que los conocimientos se han mejorado desde el inicio a través de ejercicios de puesta en práctica y evaluaciones. Además,

es importante la tasa de satisfacción y ver que los conocimientos que adquieren se pueden aplicar en su trabajo.

**RG:** En los sistemas de información el elemento clave es el dato. En este sentido, la facilidad para explotarlos, desde seguimiento, adopción o finalización del proceso formativo, son clave para los profesionales de RRHH para conocer el impacto de sus planes y la evolución de sus plantillas de una forma ágil y sencilla.

*“Poder explotar datos de seguimiento, adopción o finalización del proceso formativo, es clave para que RRHH conozca el impacto de sus planes”*

### ¿Cuáles son los próximos pasos que tenéis en mente para seguir evolucionando?

**RG:** Este año tenemos un proyecto estratégico en la compañía, One Step Ahead, basado en implementar la IA en todas las líneas de negocio y en el portfolio de servicios que ofrecemos, desde formación a aspectos como analítica, ciberseguridad, desarrollo de aplicaciones, servicios en la nube, etc.

Hemos seleccionado algunos proyectos que implementaremos este 2025. En el área de formación, destaca la creación de un Chat-Bot, una de las soluciones más demandadas por nuestros clientes. Te da la posibilidad de indexar todos los contenidos y preguntar sobre ellos, tanto desde el punto de vista de alumno, como de profesor.

**LV:** Por nuestra parte, el principal reto es desarrollar un campus mucho más personalizado, en el que nuestros empleados puedan crear sus propios itinerarios formativos desde que se incorporan a la empresa, seleccionando aquellos contenidos que más les interesan, aunque no estén directamente relacionados con su rol.

Por otro lado, queremos mejorar la evaluación de las formaciones y el retorno del aprendizaje, es decir, ver si realmente, el contenido que estamos facilitando tiene un efecto en el día a día del trabajador. Además, en el aspecto gamificado de la formación, nos gustaría incluir juegos colaborativos que fomenten la interacción entre empleados y tiendas, el aprendizaje dinámico y el intercambio de conocimientos. ●



## Datos Clave



**1.662**  
empleados en España

**12**  
tiendas físicas

Tienda online, contact center, equipo de servicios centrales.

**Campus Bauhaus**

- Contenido 100% personalizado (vídeos, roleplays, documentación).
- Organización en Hard Skills, Soft Skills y Caja de herramientas
- Tipos de formación (Presencial + Virtual):
  - Obligatoria (ej. ciberseguridad, PRL)
  - Voluntaria (ej. bienestar, espalda sana, nutrición)
- Satisfacción con la formación: 8,8/10

---



**Características Moodle Workplace:**

- Sencillez y agilidad
- Carga de elementos en múltiples formatos. Conexión con otras plataformas.
- Usabilidad móvil
- Información centralizada
- Medición (KPIs) y Seguimiento
- Comunicación y centro de ayuda

**PRINCIPALES CLIENTES**  
Mango, LALIGA, FIATC Seguros, Cruz Roja, Veolia, ESADE, ONCE