

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 investiga el uso del tiempo en el coche mediante un simulador

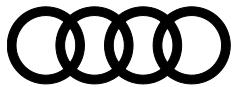
- Cooperación con los expertos del Instituto Fraunhofer sobre la interacción hombre-máquina
- Experimento de laboratorio en un simulador de conducción futurista
- "Hora 25": un proyecto de Audi para definir la movilidad premium del futuro

Madrid, 11 de julio de 2017 – ¿Qué es una experiencia Premium en un coche de conducción automatizada? Audi investiga este campo en colaboración con el Instituto Fraunhofer de Ingeniería Industrial (IAO). En el simulador de conducción futurista, los expertos en la interacción hombre-máquina analizan, por ejemplo, cómo el interior del coche puede convertirse en un lugar de trabajo perfecto. Los hallazgos ayudan al fabricante de automóviles premium a proporcionar a cada usuario en el futuro vehículos con un interior optimizado y personalizado. Esta cooperación forma parte del proyecto de Audi "Hora 25".

"Cuando los coches ya no tengan un volante, la movilidad premium podrá ser definida de nuevo. En el futuro, las personas que viajen de A a B podrán navegar por Internet para su ocio, jugar con sus hijos o trabajar de forma concentrada", explica Melanie Goldmann, Directora de Comunicación de Cultura y Tendencias en Audi. "Junto con los expertos del Instituto Fraunhofer, queremos averiguar qué es importante para hacer un uso óptimo del tiempo en un automóvil de conducción pilotada".

Para el experimento en el Instituto Fraunhofer de Stuttgart, Audi ha construido especialmente un simulador de conducción que reproduce la situación de la conducción automatizada: con un interior variable y sin volante. Las proyecciones a gran escala transmiten la impresión de conducir de noche por la ciudad. A través de pantallas, los investigadores pueden introducir distracciones digitales, el tintado del acristalamiento se puede atenuar, y el color de la iluminación y el fondo de ruido cambian.

El enfoque se centra en los participantes jóvenes de la prueba, los denominados millennials, que han nacido después de 1980 y se consideran receptivos a los coches de conducción automatizada. En el experimento, las 30 personas en la prueba llevaron a cabo diversas tareas que requerían concentración, comparables con una situación de conducción en un automóvil pilotado. Se midió su actividad cerebral (EEG), así como los tiempos de reacción y las cuotas de error, y se anotaron impresiones subjetivas. Los resultados del EEG fueron inequívocos: en un ambiente sin alteraciones, el cerebro humano está más relajado. La luz



que llega al habitáculo a través del acristalamiento se atenuó, los ajustes de luz interior se optimizaron y se suprimieron los mensajes digitales. Las tareas se resolvieron mejor y más rápidamente. Las personas en la prueba también declararon que estaban menos distraídos. Por el contrario, una situación de conducción "cercana a la realidad" en el simulador requería mayores exigencias: en este caso, los participantes veían publicidad, recibían información de las redes sociales y no se beneficiaban de una iluminación agradable o de acristalamiento atenuado.

"Los resultados muestran que la tarea es encontrar el equilibrio correcto. En un futuro digital, no hay límites a lo que se puede imaginar. Podríamos ofrecer todo dentro del coche, realmente abrumar al usuario con información" asegura Goldmann. "Pero queremos poner a las personas en el centro de atención. El coche debe convertirse en una membrana inteligente. La información correcta debe llegar al usuario en el momento adecuado."

El proyecto "Hora25"

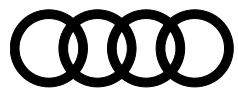
Hoy en día los conductores pasan un promedio de unos 50 minutos al día al volante. En el proyecto "Hora 25", Audi está investigando cómo este tiempo podría ser mejor utilizado en un automóvil de conducción pilotada. El proyecto se basa en el supuesto de que una interfaz hombre-máquina inteligente aprenderá las preferencias individuales del usuario y se adaptará con flexibilidad. De esta manera, los clientes de Audi tendrán un control total de su tiempo.

En un primer paso, el equipo del proyecto examinó a personas en Hamburgo, San Francisco y Tokio, centrándose en dos aspectos. ¿Cómo se usa el infotainment en el coche hoy en día? ¿Y qué le gustaría hacer a la gente con su tiempo libre en el coche del futuro? Los resultados fueron luego debatidos con una variedad de expertos, incluyendo psicólogos, antropólogos, así como urbanistas y planificadores de movilidad.

En un segundo paso, el equipo de Audi definió tres modos en el tiempo que son concebibles en un automóvil de conducción automatizada: tiempo de calidad, tiempo productivo y tiempo para regeneración. En el primer caso la gente dedica su tiempo, por ejemplo, en actividades con sus hijos o llamando a familiares y amigos. En el tiempo productivo, por lo general, trabajan. En el tiempo de regeneración o descanso se relajan leyendo, navegando por Internet o viendo una película. Para investigar estos modos de tiempo, Audi reclutó la ayuda de científicos del Instituto Fraunhofer. En la actual línea de investigación, el equipo se concentra principalmente en el tiempo productivo.

-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.