



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 Think Tank: la movilidad del futuro a examen

- **Un grupo de expertos de distintos sectores analizan el futuro de la movilidad**
- **La conducción automatizada cobrará cada vez más importancia gracias a la inteligencia artificial y a la integración de los asistentes virtuales**
- **Los coches conectados entre sí y con la infraestructura permitirán enriquecer el tiempo que los usuarios pasan dentro del vehículo y crear un entorno más seguro y sostenible**

Madrid, 2 de noviembre de 2017 –Audi ha reunido a un grupo multidisciplinar de expertos para analizar los elementos clave que marcarán el futuro del automóvil. La conectividad, la seguridad y la eficiencia se erigen como pilares estratégicos del vehículo del mañana, en el que cobrará cada vez más importancia la conducción automatizada, la electrificación y la interconexión.

Bajo el lema ‘Transforming Mobility’, se ha celebrado en Barcelona el Audi Think Tank, una iniciativa de la marca de los cuatro aros que reúne a expertos de distintos sectores con el objetivo de identificar, debatir y analizar los elementos que podrían marcar el futuro de la movilidad. Para ello, Audi ha contado con la participación de 15 profesionales en movilidad, conectividad y automoción, diseñadores, artistas, arquitectos y desarrolladores.

Entre los perfiles de los participantes en el Audi Think Tank destaca la presencia de seis ganadores del concurso Innovadores menores de 35, un galardón para jóvenes talentos que concede cada año la edición en castellano de MIT Technology Review, la revista de tecnología más antigua del mundo, publicada por una compañía independiente de medios de comunicación propiedad del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). Además de las sesiones de trabajo previstas en el Audi Think Tank, Pedro Moneo, el director de la publicación, impartió una keynote sobre el futuro de la movilidad.

Éstas son las conclusiones más importantes recogidas de la sesión de trabajo sobre la movilidad del futuro, organizada por Audi:

El futuro es del coche autónomo

La primera conclusión destacada del Audi Think Tank pone de relieve el potencial del coche autónomo para convertirse en algo más que un medio de transporte para desplazarse de un



lado a otro. Con la integración de asistentes virtuales, se podrá aprovechar el trayecto al trabajo para empezar con las tareas del día. Al conducir por sí mismo, el vehículo puede convertirse en el lugar adecuado para realizar video llamadas, responder a correos electrónicos, preparar presentaciones o consultar la agenda del día, por ejemplo. Y de vuelta a casa puede ser el espacio de ocio en el que leer, ver un capítulo de una serie televisiva o realizar la compra online.

El entretenimiento está personalizado para cada usuario, porque el vehículo tiene la capacidad de reconocerlo y aprender de sus hábitos. Sus sugerencias individualizadas ayudan al pasajero a sentirse único, hasta el punto de que las compañías automovilísticas dejarían de verse a sí mismas como meros fabricantes de coches para convertirse en agentes del cambio en la movilidad. Para ello, centrarían sus esfuerzos en ofrecer servicios adicionales para enriquecer el tiempo que se pasa dentro del coche.

En esta línea, Audi vuelve a revolucionar la movilidad al ser pionera en materia de conducción autónoma con el nuevo A8, el primer automóvil de producción desarrollado específicamente para una conducción altamente automatizada, que integra una nueva serie de sistemas de asistentes de alta gama basados en Audi AI, utilizando tecnologías del campo de la inteligencia artificial y del aprendizaje de máquinas. Y con los prototipos Audi Elaine y Audi Aicon, la marca de los cuatro aros adelanta los siguientes pasos hacia una conducción totalmente automatizada.

Coches conectados para crear un entorno más seguro y sostenible

Los ciudadanos reclaman un modelo urbano más sostenible y sin atascos, y también un entorno más seguro. Los coches inteligentes pueden reducir los accidentes y los atropellos, además de permitir un mejor aprovechamiento del espacio en las ciudades. La clave aquí es la interconexión, vehículos que se comuniquen entre sí, con los peatones y con la infraestructura para minimizar los errores humanos y mejorar la seguridad.

Pero para mejorar la movilidad hay que sumar las acciones individuales: los sistemas de navegación deben coordinarse entre sí para analizar los flujos de tráfico y ofrecer a cada conductor la mejor solución para todos los usuarios, no aquella que únicamente le beneficie a él. Además, se hacen necesarias soluciones específicas para las personas con movilidad reducida. La solidaridad se convierte en un pilar clave para la buena salud de la movilidad del futuro.

En este modelo con coches interconectados la información en tiempo real empieza a ser esencial, al permitir avisar, por ejemplo, de placas de hielo inminentes, averías, tramos con niebla o atascos de tráfico. Además, en este viaje hacia una ciudad más sostenible la optimización de la energía se vuelve vital, lo que enfatiza la necesidad de impulsar el vehículo eléctrico y superar las barreras que lo limitan, sobre todo la de la autonomía.



Una vez más, el nuevo Audi A8 se anticipa a esta tendencia al convertirse en parte de la nube gracias a los servicios “Car-to-X”. La nueva berlina y otros modelos actuales de Audi envían a un servidor en la nube información procesada en base a los datos recogidos por los sensores instalados en el vehículo, y la comparte con otros conductores para que puedan beneficiarse de ella. El sistema se basa en los mapas suministrados por la plataforma de datos HERE en constante actualización, capaz de estudiar el entorno del tráfico con una precisión de centímetros, y de detectar y evaluar riesgos en tiempo real. En el futuro, el asistente personal inteligente (PIA) de Audi utilizará métodos de inteligencia artificial para interactuar con el usuario de forma independiente y adaptativa, observando sus actividades y adaptando las funciones del coche al comportamiento y necesidades del conductor.

El automóvil como experiencia enfocada al bienestar

Los vehículos que apoyan la conducción del usuario y le ofrecen actividades placenteras y estimulantes aumentan la calidad de vida. El viaje puede convertirse en una experiencia relajante enfocada al bienestar.

El coche se va quedando con la responsabilidad de elegir la ruta más rápida, el lugar en el que parar a comer, la estación de servicio más adecuada... Todo ello para hacer más libre al conductor. Pero los sistemas integrados de inteligencia artificial pueden contribuir a disfrutar más del tiempo que se pasa en el vehículo. Este podría identificar, por ejemplo, cuándo el conductor necesita un masaje para aliviar una contractura, sugerirle hacer un alto en el camino si detecta cansancio y regular su asiento para aumentar la comodidad y hacer del viaje una experiencia más segura, cómoda y placentera. Además, el vehículo se ajusta al gusto de los usuarios para ofrecerle estímulos basados en la temperatura, la iluminación y la atmósfera global del habitáculo.

En este sentido, Audi ya tiene en marcha su proyecto “HORA 25”. En colaboración con el Instituto Fraunhofer para Ingeniería Industrial, la marca de los cuatro aros investiga en simuladores especiales cómo las señales digitales, los tonos de luz o los estímulos auditivos en el coche pueden afectar al organismo humano. El objetivo es que en el futuro, el habitáculo se adapte de modo que el usuario pueda disponer de a mejor relajación posible, disfrutar de la familia y amigos o completar un trabajo. Otro proyecto actualmente en desarrollo, Audi Fit Driver, permitirá disminuir el estrés y aumentar la concentración del conductor analizando sus parámetros vitales por medio de dispositivos como pulseras fitness o smartwatches, actuando mediante funciones de masaje, control de la climatización y de la iluminación o incluso con instrucciones para atenuar el estrés mediante técnicas especiales de respiración.

Protección de los datos

En este mundo de coches interconectados y datos en la nube, el usuario el usuario está dispuesto a compartir información personal, como los gustos, los horarios y el estado de ánimo, para ganar comodidad. Pero a cambio, también reclama garantías de que esos datos se tratan y se usan de forma ética y para los fines acordados. Las compañías deben velar por



la privacidad de sus usuarios con tecnologías que protejan la información privada frente a ataques maliciosos, pero también deben demostrar un comportamiento ético con el que ellas mismas hacen de los datos que recogen.

Para Audi, la protección de datos es un asunto de alta prioridad. Audi cumple plenamente las respectivas leyes nacionales que regulan los datos personales, la protección de datos y los derechos de privacidad, y la marca sigue claros principios al manejar los datos personales de los clientes. Además, la única finalidad de la marca es recabar la información necesaria para mejorar la experiencia del usuario, así como responder a sus necesidades concretas de movilidad.

Audi continúa fiel a su mentalidad avanzada y al espíritu innovador que siempre ha estado presente en todos los desafíos que se le presentan como marca. Por eso entiende la innovación como un factor no solo para cambiar el presente, sino para transformar el futuro. De ahí que la compañía se sitúe como un agente clave para el cambio en la movilidad del mañana.

-Fin-

Información y fotos en las websites de prensa de Audi <http://prensa.audi.es> o en <https://www.audi-mediacycenter.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. (Bologna, 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.