



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 comienza una campaña de formación dedicada a big data e inteligencia artificial

- **Iniciativa “data.camp” para seguir avanzando en la digitalización de la compañía**
- **Michael Schmid, director de la Audi Academy: “Buscamos una mayor rapidez y precisión en la definición de objetivos en áreas cruciales para el futuro”**
- **Cursos sobre ciencia de datos y aprendizaje de máquinas específicos para empleados de Audi en la plataforma en línea Udacity**

Madrid, 27 de noviembre de 2017 – Audi prepara a sus empleados para el futuro digital: bajo el lema “data.camp”, el fabricante de Ingolstadt ha comenzado una campaña de formación enfocada a big data e inteligencia artificial. La experiencia en estas áreas es una base esencial para el desarrollo de automóviles autónomos, robots inteligentes y servicios de movilidad digital. Un elemento clave es la cooperación de Audi con la plataforma en línea Udacity.

“En nuestras áreas del futuro digital, el rápido desarrollo de nuevas competencias relacionadas con la inteligencia artificial es un factor competitivo crítico. Los temas relacionados con la inteligencia artificial y el big data juegan aquí un papel clave”, declara Michael Schmid, Director de la Audi Academy. En el contexto de la iniciativa “data.camp”, la compañía está analizando sistemáticamente los requisitos de las diversas unidades de negocio, y preparando una cartera de calificación integral.

Comienza con programas básicos para nuevos participantes sin ningún conocimiento de programación, como la base del análisis de datos, y finaliza con cursos de nivel universitario sobre temas como la inteligencia artificial y el aprendizaje de máquinas. La gestión de proyectos como la agrupación de ideas, diseño o creación de prototipos también se incluyen en la cualificación referida a big data. Todos los cursos de formación ofrecidos se adaptan individualmente a las necesidades de los distintos empleados.

Además de la formación interna, Audi también integra la experiencia de los socios externos. De esta forma, el fabricante de automóviles combina el aprendizaje digital en la plataforma en línea Udacity de Silicon Valley con los formatos presenciales que ha desarrollado. Los tutores de los departamentos pertinentes de Audi apoyan a los participantes con sus solicitudes y proyectos de aprendizaje, y aseguran una estrecha conexión técnica con la marca. Esta formación adicional se lleva a cabo paralelamente con el trabajo de los participantes, que son liberados de sus tareas habituales para participar en los cursos



durante diez horas por semana. Después de la conclusión del programa completo, los empleados reciben el denominado ‘nanodegree’ –nanolicenciatura– de la plataforma en línea, por ejemplo, analista de datos o ingeniero de aprendizaje automático. “Con cursos puramente online, la tasa de abandono es muy alta”, explica Michael Schmid. “Es por eso que nos decidimos por la combinación de los cursos online ofrecidos por Udacity y los cursos presenciales en Audi”.

En los próximos años, los empleados de todos los departamentos obtendrán calificaciones en el área de big data, lo que ayudará a impulsar la transformación de Audi en una compañía de automóviles digital. Las áreas específicas de aplicación de big data en la compañía incluyen tecnología *blockchain* (cadenas de bloques), el análisis de grandes volúmenes de datos de máquinas para la optimización de la producción, aprendizaje automático en procesos contables y el desarrollo de automóviles que conducen de forma autónoma.

La Audi Academy es el principal punto de contacto para la formación y capacitación de la empresa, y fomenta el aprendizaje permanente para los empleados de Audi con el uso de varios formatos. El aprendizaje combinado, que es la combinación de cursos presenciales y cursos digitales, desempeña un papel cada vez más importante, no solo en lo que respecta al big data. En el contexto del aprendizaje móvil, por ejemplo, los estudiantes utilizan ordenadores portátiles para reforzar lo aprendido en cualquier momento y lugar. Audi forma a los empleados de logística con la ayuda de la realidad virtual, lo que les permite practicar procesos de embalaje. Y las comunidades en línea admiten capacitación en idiomas para los empleados que se preparan para ser enviados a otros países.

–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.